

ВПЛИВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ НА ПРОБЛЕМУ БІДНОСТІ

У сьогоденні проблема бідності має глобальний характер, оскільки є однією з ключових проблем суспільства, прерогативою діяльності багатьох міжнародних інституцій, головною соціальною стратегією XXI століття. На сучасному етапі розвитку перед суспільством постають два важливих завдання.

Перше – максимальне залучення людей до активної економічної діяльності з метою подолання бідності та нерівності. Друге – успішний перехід до цифрової економіки як нового укладу із найменшими втратами.

Цифровізація, або ж діджиталізація – це використання цифрових технологій для зміни бізнес-моделі, що забезпечують нові можливості для створення додаткової вартості шляхом покращення технічної оснащеності і продуктивності праці [1]. Найчастіше метою діджиталізації є підвищення ефективності та прибутковості бізнесу, формування більш комфортної й оперативної взаємодії. Діджиталізація також впливає на внесок традиційних компаній у національний облік.

Згідно з дослідженнями Міжнародного інституту прикладного системного аналізу, ціни на інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) швидко знижуються, оскільки Інтернет зменшує потребу компаній в великих інвестиціях у діяльність збору даних, генерування інновацій, виробництво та розповсюдження [3]. Ця вигода передається користувачам як, наприклад, безкоштовні товари та послуги.

З точки зору споживача, додаткова вартість, яку вони отримують, дешевша, а заощаджені гроші можна витратити на інші товари. Це означає, що хоча ВВП зменшується, зростає вартість (безкоштовні послуги, спільні послуги та товари, а також економія часу та інші витрати). У випадках, коли ці додаткові гроші витрачаються на цифрові продукти чи послуги, що виробляються за межами країни споживача, внутрішнє споживання може ще більше скоротитися. Це означає, що ВВП та податкові надходження зростатимуть лише у тому випадку, якщо компанії будуть спритними та створюватимуть новий бізнес через платформи чи дешеві рішення для інтелектуальної власності. Діджиталізація сприяє успіху менших компаній, які здатні відкрити свої двері на світові ринки з відносно низькими інвестиціями, необхідними для реалізації [2]. Наприклад, однорангові платформи можуть обслуговувати споживачів у всьому світі з новими бізнес-моделями, не орієнтованими на прибуток, через це споживачі можуть підштовхнути більші компанії та інвесторів до більш етичних способів ведення свого бізнесу. Проте, у бідних країнах усе інакше.

Для багатьох їхніх мешканців купити смартфон – це проблема, а про планшет, ноутбук чи здобуття ІТ-освіти взагалі не йдеться. Капіталу в них гостро

бракує – і це зумовлює реалізацію лише найпріоритетніших цифрових технологій. Тож у такі суспільства цифровізація проникатиме точково й поступово. Спливатиме час, і цифровий розрив між багатими та бідними країнами тільки зростатиме [4]. І, можливо, невдовзі мешканці розвинутих країн подорожуватимуть кудись углиб Індії чи Ефіопії, щоб як у музеї спостерігати за доцифровим укладом життя, зразків якого в їхній країні вже давно не буде.

Отже, через об'єктивні причини діджиталізація не зможе однаково швидко і глибоко проникнути в усі соціальні, економічні й національні верстви населення Землі. Буде певна нерівність, яка, імовірно, із часом лише накопичуватиметься [4]. Зрештою, завжди будуть люди, яким первісні форми життя в лоні природи видаватимуться ближчими, ніж усі переваги цифрового світу. Тож так само, як останні кількадесят років було чимало тих, хто обходився без радіо, телевізора чи автомобіля, у майбутньому будуть ті, хто уникатиме цифрового світу. Вони формуватимуть екзистенційні острівки первобутності, куди, можливо, інформаційні технології не проникнуть ніколи.

Перелік використаних джерел:

1. Туль С. І. Нові форми праці в умовах діджиталізації економіки та світового ринку праці. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2019. URL: http://www.visnykeconom.uzhnu.uz.ua/archive/23_2_2019ua/21.pdf
2. Дульська І. В. Цифрові технології як каталізатор економічного зростання. Інноваційно-інвестиційна політика. 2018. URL: http://eip.org.ua/docs/EP_15_2_119_uk.pdf.
3. Leenallmola Sheppard, «Digitalization will transform the global economy». 2018. URL: <https://www.iiasa.ac.at/web/home/resources/publications/IIASAPolicyBrief/s/pb20.html>.
4. Шавалюк Л. Діджиталізація економіки. Неповне покриття. URL: <https://tyzhden.ua/Economics/248700>

Омран Хоссейн Зонфалі

Державний торговельно-економічний університет
м. Київ

ВИКОРИСТАННЯ ІНДЕКСУ КОМПЛІМЕНТАРНОСТІ ДЛЯ ВИМІРЮВАННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ТОРГОВЕЛЬНИХ ВІДНОСИН МІЖ УКРАЇНОЮ ТА КРАЇНАМИ БЛИЗЬКОГО СХОДУ

Індикатор торгової компліментарності передбачає зіставлення структур експорту та імпорту країн партнерів і відображає відповідність експортного профілю однієї країни імпортному профілю іншої. У контексті взаємодії між країнами це поняття означає взаємодоповнюваність структур зовнішньоторго-