

національні морські кластери дозволяють морським країнами забезпечувати високі конкурентні позиції у Глобальних рейтингах конкурентоспроможності.

Список використаної літератури:

1. Юрчак ІІ. Що необхідно для розвитку кластерів в Україні? URL: <https://gmcenter.ua/opinion/shho-neobhidno-dlya-rozvitku-klasteriv-v-ukraini/>
2. Задихайло Д. В. Господарсько-правове забезпечення економічної політики держави : монографія. Харків. 2012. 456 с.
3. Носов О. Ю., Черничко Т. В. Нормативно-правове регулювання кластеризації в Україні. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/view/ByFileId/903116.pdf>
4. Кластери водної транспортної логістики (портові кластери). URL: <http://ucluster.org/universitet/klastery-ukraina/2012-study/perspektivni-napryamki-klasterizacii-vodnikh-resursiv/klasteri-vodnoi-transportnoi-logistiki-portovi-klasteri/>
5. Кібік О. М., Котлубай В. О., Хаймінова Ю. В. та інші. Забезпечення конкурентоспроможності економічної системи України : монографія. Одеса, 2015. 160 с.

Ключові слова: кластер, кластерна політика, кластеризація, морський кластер.

Ключевые слова: кластер, кластерная политика, кластеризация, морской кластер.

Key words: cluster, cluster policy, clustering, maritime cluster.

ТУПАЛО ВІТАЛІЙ МИКОЛАЙОВИЧ

*Національний університет «Одеська юридична академія»,
завідувач кафедри менеджменту та інформаційних технологій
Київського інституту інтелектуальної власності та права,
доктор технічних наук, професор*

ЗМІНА ПАРАДИГМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Цифрова економіка (ЦЕ), як породження Концепції «Індустрія 4.0», стає сьогодні новим рушієм розвитку економіки та суспільства в цілому. На форумі було зазначено, що можливість традиційних інформаційно-комунікаційних технологій, які на протязі 25 років були інструментом економічного розвитку, вже вичерпані і треба шукати нові в області мережевих Інтернет-технологій (використовувати новітню технологію «інтернет речей» (internet of things, IoT) [1]). З поглядом на цю потребу, стає актуальною проблема створення відповідної методології цифровізації системи менеджменту сучасних підприємств в контексті соціально-економічного феномена «цифрова економіка» і, зокрема, складової цього феномена «інтернет речей» (internet of

things, IoT). При цьому можна стверджувати, що таке «цифрове підприємство» [2] є визначальним осередком (коміркою) практичної реалізації цифрової економіки у всіх її масштабних проявах (регіональному, загальносвітовому). Виходячи з вищезазначеного, слід визначити, що в першу чергу необхідні дослідження щодо формування концептуальної моделі системи цифрового менеджменту виробника споживчої цінності (товару, послуги) відповідно до об'єктивного факторного трактування двох базових ключових сутностей: «цифрова економіка», «інтернет речей». На основі критичного аналізу існуючих трактувань понять «цифрова економіка» та «інтернет речей» в доповіді викладено авторське бачення концептуальної моделі складових системи цифрового менеджменту «цифрового підприємства» (ЦП).

Визначення 1. *Цифрова економіка – це цифровізований інтегрований механізм створення економічної доданої вартості на основі формування синергетичного об'єднання комплексів інтернету речей суб'єктів господарювання. Виходячи з розуміння, що Інтернет – це мережа локальних мереж [3], то можна стверджувати, що комплекс інтернету речей (KIP) кожного цифровізованого суб'єкта господарювання (підприємства, установи) є по суті ситуативною множиною локальних мереж Мі (корпоративних порталів) його бізнес-партнерів (БП) в залежності від ланцюжка бізнес-циклу «бізнес-процеси маркетингу – бізнес-процеси виробництва споживчої цінності – бізнес-процеси збуту споживчої цінності», який склався на даний час (бізнес-період):*

$$KIP = \bigcup_{i=1}^n Mi \text{ (БП).}$$

В контексті цієї моделі KIP можна стверджувати, що з позицій сутності концепції цифрової економіки як цифровізованого інтегрованого механізму створення економічної доданої вартості на основі формування синергетичного об'єднання комплексів інтернету речей суб'єктів господарювання, домінуючим повинен бути принциповий акцент щодо відображення напрямів (видів) електронної комерції: G2G, G2B, G2C, B2B, B2G, B2C. Тоді буде логічно стверджувати, що, виходячи з первинності значущості для економіки створення споживчої цінності, базовим визначальним механізмом тренду формування ЦЕ є реалізація механізму цифрового менеджменту кожного виробника (підприємства, установи) цієї цінності (товару, послуги) в рамках моделі його комплексу інтернету речей. З урахуванням цього пропонується авторське бачення концептуальної моделі базових методологічних складових сутності ЦЕ (див. рис. 1) з прив'язкою до мережевої технології «інтернет речей». Відносно даної моделі пропонується наступна трактовка поняття «цифровий менеджмент» та «інтернет речей».

Визначення 2. *Цифровий менеджмент – це цифровізований мережевий менеджмент-мікс виробника споживчої цінності в рамках його комплексної участі одночасно у відповідному виробничому IoT та споживчому CIoT; ця відповідність визначається моделлю ланцюжка бізнес-процесів створення бізнес-цінності виробника (підприємства), а саме: «D (define) – створи споживача (споживчий DIoT-частка CIoT)» –*

«Р (prepare) – підготуй створення споживчої цінності (підготовчий PIoT – частка PoT)» – «М (make) вироби споживчу цінність (MIoT – частка PoT)» – «S (sell) продай створену споживчу цінність (SIoT – частка CIoT)».

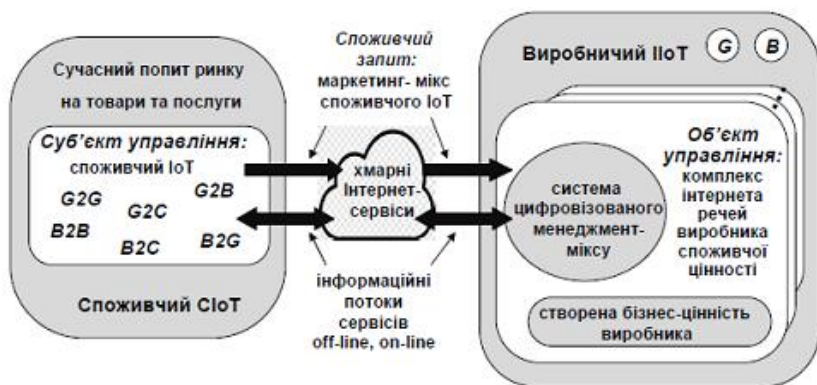


Рис. 1. Концептуальна модель базових методологічних складових сутності цифрової економіки (авторська розробка)

Визначення 3. *Інтранет речей (Intranet of Things, ItoT) – захищена від несанкціонованого зовнішнього доступу мережа засобів (речей) виробничих та управлінських бізнес-процесів підприємства, які (речі) мають вбудовані засоби автоматичного вимірювання функціональних параметрів та взаємодії між собою з ціллю забезпечення ефективної роботи «цифрового підприємства» щодо створення бізнес-цінності.*

Висновки. Наукова новизна полягає у визначенні сутності концепції «цифрова економіка» як цифровізованого інтегрованого механізму створення економічної доданої вартості на основі формування синергетичного об'єднання комплексів інтернету речей {DIoT, PIoT, MIoT, SIoT, ItoT} суб'єктів господарювання. При цьому, домінуючим повинен бути принциповий акцент щодо відображення напрямів (видів) електронної комерції: G2G, G2B, G2C, B2B, B2G, B2C. З урахуванням цього, запропонована концептуальна модель базових методологічних складових сутності цифрової економіки та концептуальна модель складових системи цифрового менеджменту «цифрового підприємства».

Список використаної літератури:

1. Умнов А. Л. Интернет вещей (обзор концепции). URL: <https://ecoimpactple.com/documents/411.html> (Дата звернення: 08.04.2021 р.)
2. Цифровое производство. URL: <https://www.intechnology.ru/iiot/> (Дата звернення: 15.04.2021 р.)
3. Комп'ютерні мережі. Мережа Internet. URL: <http://rodak.if.ua/komptech/samost-mer.htm> (Дата звернення: 08.04. 2021 р.).

Ключові слова: цифрова економіка, цифровий менеджмент, інтернет речей, цифровізація системи управління підприємством.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровой менеджмент, интернет вещей, цифровизация системы управления предприятием.

Key words: digital economy, digital management, internet of things, digitalization of enterprise management system.

КОСТЕНКО ОЛЕКСІЙ ВОЛОДИМИРОВИЧ

Державна наукова установа «Інститут інформації, безпеки і права

Національної академії правових наук України»,

в.о. завідувача наукової лабораторії теорії цифрової трансформації і права

наукового центру цифрової трансформації і права,

доктор філософії в галузі права

ПРОБЛЕМИ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ АНОНІМІЗАЦІЇ ТА ПСЕВДОНІМІЗАЦІЇ В СФЕРІ УПРАВЛІННЯ ІДЕНТИФІКАЦІЙНИМИ ДАНИМИ

Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та мережі Інтернет в сучасну епоху характеризується експоненціальним створенням інформаційних баз і реєстрів з персональними даними користувачів та їх численним дублюванням. Ці дані використовуються для ідентифікації фізичних та юридичних осіб в інформаційних системах. Нині все більше державних та публічних інформаційних ресурсів відмовляються від політик знеособленого доступу користувачів до інформації на користь їх реальної ідентифікації. Вимоги до ідентифікації суб'єктів є скрізь і стрімко зростають. Користувачі різних систем мають варіантні набори ідентифікаційних даних, якими потрібно керувати та ототожнювати з конкретною фізичною або юридичною особою. Накопичення персональних та ідентифікаційних даних третіми особами збільшує ризики їх незаконного використання. Фактично ідентифікаційні дані стали стратегічним ресурсом будь-якої держави і потребують відповідного фізичного, технічного та правового регулювання, а також обов'язкового захисту.

Управління ідентифікаційними даними в цифровому світі не має чітко визначеного значення, однак технологічне управління ідентифікацією в її найширшому розумінні відноситься до адміністрування та характеристик ідентифікаційних атрибутів, управління процесами ідентифікації та використання ідентифікаційних даних. Правове регулювання управління ідентифікаційними даними містить достатньо законодавчих проблем, які лежать як в площині інформаційного права так і стосуються інших галузей права.

Відмінності нормативно-правових актів в різних юрисдикціях щодо використання персональних та ідентифікаційних даних складають досить різномірну картину правового регулювання, що ускладнює