

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

**ЕКОНОМІЧНА КІБЕРНЕТИКА:
УПРАВЛІННЯ ДАНИМИ, ХМАРНІ ТЕХНОЛОГІЇ
ТА ІНФОКОМУНІКАЦІЇ**

**Міністерство освіти і науки України
ДНУ «Інститут модернізації змісту освіти»
Український державний університет науки і технологій**

**ЕКОНОМІЧНА КІБЕРНЕТИКА:
УПРАВЛІННЯ ДАНИМИ, ХМАРНІ ТЕХНОЛОГІЇ
ТА ІНФОКОМУНІКАЦІЇ**

**Збірник наукових праць
за матеріалами Всеукраїнської інтернет-конференції
3-4 березня 2025 р.**

Дніпро
2025

Організатори конференції:

кафедра економічної інформатики

Українського державного університету науки і технологій;

Національний університет «Запорізька політехніка».

Склад редакційної групи:

Л.І. Лозовська, Л.М. Бандоріна, Л.М. Савчук, К.О. Удачина

Економічна кібернетика : управління даними, хмарні технології та інфокомунікації : збірник наукових праць за матеріалами Всеукраїнської інтернет-конференції, м. Дніпро, 3-4 березня 2025 р. Дніпро : УДУНТ, 2025. 230 с.

Збірник наукових статей за матеріалами Всеукраїнської інтернет-конференції, присвяченої дослідженню, розробці та використанню моделей вирішення завдань у складних управлінських системах, інструментів та методів управління даними, їх організації, безпеці, використанню, обміну, архівуванню, сучасних хмарних технологій.

Матеріали збірника будуть корисними науковцям, аспірантам, що займаються дослідженнями проблем у сфері економіко-математичного моделювання, розробки та використання комп'ютерних систем та інформаційних технологій в бізнесі, а також практичним працівникам.

Матеріали подано в авторській редакції.

Відповідальність за дотримання норм авторського права, за зміст і достовірність матеріалів несуть автори.

ЗМІСТ

МОДЕЛІ ВИРІШЕННЯ ЗАВДАНЬ У СКЛАДНИХ УПРАВЛІНСЬКИХ СИСТЕМАХ

<i>Бандоріна Л.М., Дідус О.М., Климкович Т.О.</i> ПРОЕКТУВАННЯ ТА РОЗРОБЛЕННЯ МОДУЛЯ АНАЛІЗУ ДИНАМІКИ ВИРОБНИЦТВА ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ	7
<i>Бандоріна Л.М., Завгородній К.О., Жилюк Є.В.</i> МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ ТА ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ: ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКИ ТА ВИСНОВКИ ДЛЯ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ	14
<i>Білоцерківець В.В., Кошевий М.В., Самойленко Є.Г., Смірнов В.В.</i> РОЗВИТОК ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ВИКЛИКІВ СТАНОВЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ УКРАЇНИ	20
<i>Бушуєв М.Б., Петренко В.О., Фонарьова Т.А.</i> УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОКОМУНІКАЦІЙ ПРИ ПРИЙНЯТТІ СТРАТЕГІЧНИХ РІШЕНЬ В МЕДИЧНОМУ ЗАКЛАДІ НА ЗАСАДАХ ПРОЄКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	28
<i>Делієв С.К., Завгородня О.О.</i> МОДЕЛІ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ У РЕГІОНАЛЬНИХ СМАРТ-ПРОЄКТАХ	35
<i>Завгородня О.О., Жмуренко В.Г., Ткаленко Д.Д.</i> ІННОВАЦІЙНІ ПРІОРИТЕТИ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ: ГЛОБАЛЬНИЙ ТА НАЦІОНАЛЬНИЙ ВИМІРИ	40
<i>Іщук С.О.</i> ТЕНДЕНЦІЇ СТРУКТУРНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	45
<i>Каніщев І.А.</i> ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ: ШЛЯХ ДО ЗРОСТАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ТА РИНКОВОЇ СТІЙКОСТІ	50
<i>Коробка Ю.В.</i> МОДЕЛІ ВИХОДУ УКРАЇНСЬКИХ ФРАНЧАЙЗЕРІВ НА ІНОЗЕМНІ РИНКИ	55
<i>Косолапов А.А., Романенко А.Ю.</i> ЕВРИСТИЧНИЙ МЕТОД ПОБУДОВИ РАЦІОНАЛЬНОЇ СТРУКТУРИ ІНФОКОМУНІКАЦІЙ В СИСТЕМАХ УПРАВЛІННЯ... ..	61
<i>Kudria Y.V.</i> INCREASING THE COMPETITIVENESS OF REGIONAL INDUSTRY ON THE BASIS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT: FROM IMPERATIVES AND MECHANISM TO METHODS	67
<i>Лебедева В.К., Рудницька Н.С.</i> СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ТЕХНОЛОГІЙ ЯК ОБ'ЄКТІВ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ	78
<i>Лебедева В.К., Ярошенко В.В.</i> МОДЕЛЮВАННЯ ВПЛИВУ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ ЧИННИКІВ НА МІЖНАРОДНУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	83

<i>Лебідь О.Ю.</i> ЗАСТОСУВАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ ТА АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНІВ	89
<i>Monia A.H., Matsko V.Y.</i> MATHEMATICAL MODELING OF PULSATING BRAKING OF A MINE LOCOMOTIVE DURING A LONG DESCENT	95
<i>Підгорна К.Д., Удачина К.О., Підгорний В.О.</i> ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ РЕГІОНАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ: ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ДЛЯ АНАЛІЗУ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ	104
<i>Савіна С.С., Дрончак О.В., Мацішена С.М.</i> МОДЕЛЮВАННЯ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ТВАРИННИЦТВА У КРАЇНАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ	110
<i>Савчук Л.М., Бабошкін І.І., Савчук Р.В.</i> АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНКИ І СЕЛЕКЦІЇ ПРОЄКТІВ В ІТ	116
<i>Савчук Л.М., Долгушин І.В.</i> МОДЕЛЬ СИСТЕМИ ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЇ У КОНТЕКСТІ ЗАВДАНЬ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	121
<i>Савчук Л.М., Ковальчук Є.В.</i> ОСНОВНІ ЗАДАЧІ І ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ ПОВЕДІНКОВОЇ СТРАТЕГІЇ УЧАСНИКІВ РИНКУ ІТ	126
<i>Савчук Л.М., Олексієнко Є.В.</i> ЦІНОВА СТРАТЕГІЯ ЯК ФАКТОР ВПЛИВУ НА ЕФЕКТИВНЕ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА	131

ІНСТРУМЕНТИ ТА МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ДАНИМИ: ОРГАНІЗАЦІЯ, БЕЗПЕКА, ВИКОРИСТАННЯ, ОБМІН, АРХІВУВАННЯ

<i>Андрос С.В.</i> НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ КРЕДИТНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ	137
<i>Богущький Д.В., Горбова О.В.</i> КОНТЕКСТНЕ ДОКУМЕНТУВАННЯ АРІ: ЯК ВРАХОВУВАТИ ПОТРЕБИ КОРИСТУВАЧІВ	142
<i>Ілляшенко С.М., Ронь Я.О.</i> ОЦІНЮВАННЯ СТАНУ ЦИФРОВОЇ ГОТОВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ СФЕРИ ПОСЛУГ УКРАЇНИ	147
<i>Ковальчук К.Ф., Ковальчук Д.К.</i> АНАЛІЗ ВІДПОВІДНОСТІ ВИДІВ КОНЦЕНСУСУ В СМАРТ-КОНТРАКТАХ ВИМОГАМ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ: ІНТЕГРАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЇ БЛОКЧЕЙНУ У БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ	151
<i>Lozovska Lyudmila, Tereshchenko Elina.</i> INFORMATION SYSTEM FOR DETERMINING THE OPTIMAL MOMENT OF SUPPLY IN CONDITIONS OF UNDETERMINATION OF DEMAND VALUE	161
<i>Прокоф'єва К.А., Решетілова О.М.</i> АНАЛІЗ ДОЦІЛЬНОСТІ ПРАКТИЧНОГО ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМИ «ДОК ПРОФ» У ДНІПРОПЕТРОВСЬКІЙ ОБЛАСНІЙ ДЕРЖАВНІЙ АДМІНІСТРАЦІЇ	167

ЦІНОВА СТРАТЕГІЯ ЯК ФАКТОР ВПЛИВУ НА ЕФЕКТИВНЕ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Савчук Л.М.

*канд. економ. наук, професор, декан факультету прикладних
комп'ютерних технологій*

Олексієнко Є.В.

*аспірант 2 курсу PHD, спеціальність 051 – Економіка
Український державний університет науки і технологій
м. Дніпро, Україна*

Анотація. Досліджені основні фактори впливу на ефективність використання фінансових ресурсів підприємства, заслуговує на увагу запропонована у роботі декомпозиція шляхів підвищення ефективності використання прибутку підприємств, яка дозволяє аналізувати фактори впливу і розуміти умови і стан зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, при яких доцільно впливати на ці фактори.

Ключові слова: цінові стратегії, декомпозиція факторів впливу, заходи зростання фінансових ресурсів, раціональне використання прибутку.

Постановка проблеми. Питанням розробки цінової стратегії в системі менеджменту компаній присвячені роботи зарубіжних і українських фахівців: В. В. Герасіменко, О. В. Жегус, М. Кінзлера, І. В. Ліпсіца, Т. Панасенко, В. М. Тарасевич, Х. Хінтерхубера, Дж. Хогана. Огляд останніх досліджень свідчить, що при прийнятті управлінських рішень по цінам слід враховувати багато різних чинників, пов'язувати цінову стратегію з іншими видами і насамперед з фінансовою політикою, що потребує додаткових досліджень при формуванні цінової політики підприємства.

Більшість авторів вважають, що цінова політика фірми формується в рамках загальної стратегії і включає цінову стратегію і цінову тактику. Цінова політика – це мистецтво управління цінами й ціноутворенням, мистецтво

встановлювати на товари (послуги) такі ціни і так варіювати ними залежно від положення товару на ринку, щоб поставлені цілі були досягнуті [1].

Ціноутворення відноситься до одного з найбільш складних і відповідальних розділів управління. В даний час значна частина підприємців не в повній мірі володіють теоретичними та практичними знаннями складного механізму ціноутворення на товари і послуги. В результаті, в процесі підприємницької діяльності допускаються серйозні прорахунки при обґрунтуванні рівня цін, що позначається на кінцевих фінансових результатах, в ряді випадків веде до суттєвих збитків, а іноді й до банкрутства підприємства.

Проблеми ціноутворення на вітчизняних підприємствах зумовлені відсутністю необхідного досвіду при формуванні цінової політики та при використанні ринкової ціни в процесі збуту товару без врахування особливостей функціонування вітчизняної економіки.

Тому тему дослідження впливу цінової стратегії на фінансові результати вважаємо актуальною і затребуваною

Виклад основного матеріалу. На кожному підприємстві повинні передбачатися планові заходи по зростанню фінансових ресурсів та результатів (збільшенню прибутку). У загальному плані ці заходи можуть бути наступного характеру: збільшення випуску продукції; поліпшення якості продукції; розумна цінова стратегія; продаж зайвого устаткування та іншого майна; зниження собівартості продукції за рахунок більш раціонального використання матеріальних ресурсів, виробничих потужностей і площ, робочої сили і часу; диверсифікація виробництва; розширення ринку продажів і інше.

В умовах ринкових відносин підприємство повинне прагнути не тільки до одержання максимального прибутку, але й до раціонального, оптимального використання вже отриманого прибутку. Це дозволить не тільки утримувати свої позиції на ринку, але й забезпечити динамічний розвиток його виробництва в умовах конкуренції [2].

Резерви підвищення прибутку можуть бути отримані в наступних випадках:

- при збільшенні обсягів випуску та реалізації продукції;

- за рахунок зниження витрат на виробництво і реалізацію продукції
- при впровадженні досягнень науково-технічного прогресу;
- за рахунок гнучкої цінової стратегії;
- за рахунок підвищення якості продукції, що реалізується [3].

Дотримуючись певної стратегії управління, компанія може розраховувати на результативність та збільшення прибутковості від діяльності завдяки забезпеченню лояльності споживачів, якості продукції та послуг, покращенню процесів виробництва, зниженню витрат та підвищенню продуктивності праці тощо. Все це забезпечує можливості для цінової конкуренції на ринках.

Однак приведений перелік методів утворення резервів для збільшення прибутку підприємств, які є невід'ємною складовою для підвищення прибутковості їх діяльності, можна віднести до традиційних.

На сьогоднішній день існують нові методи, основані на тому, що під підвищенням прибутковості підприємств мається на увазі збільшення вартості його капіталу, чого прибуток може і не забезпечувати. З урахуванням цього на рисунку представлено узагальнений комплекс шляхів підвищення ефективності використання фінансових ресурсів.

Так, в залежності від того, у якому стані знаходиться підприємство з точки зору фінансового забезпечення та положення на ринку, та залежно від його намірів щодо змін, можливо обрати та застосувати відповідний набір заходів підвищення прибутковості підприємства.

Таким чином, будучи джерелом виробничого і соціального розвитку, прибуток займає провідне місце в забезпеченні самофінансування підприємств, можливості яких багато в чому визначаються тим, наскільки доходи перевищують витрати. Проте для оцінки ефективності роботи підприємства недостатньо використання показника прибутку, оскільки його наявність ще не означає, що підприємство працює добре. Тому для визначення ефективності вироблених витрат необхідно використовувати відносний показник – рівень рентабельності (прибутковості) [3].

<p>1. Скорочення витрат</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) виробництво або закупка деталей на стороні; 2) покупці не цінують окремі складові товару; 3) у конкурентів більш високі показники рентабельності продажів; 4) витрати на одиницю продукції стрімко зростають 	<p>2. Підвищення ціни</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) прибутковість сегменту низька; 2) покупці високо оцінюють продукцію; 3) більш низькі ціни, ніж у конкурента; 4) якість та властивості продукції набагато вищі, ніж у конкурентів 	<p>3. Зниження ціни</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) нижчі ціни конкурентів; 2) втрата частки ринку через ціни 3) мала ймовірність зниження цін конкурентами; 4) ціна – найбільш важливий показник для покупців; 5) висока прибутковість діяльності
<p>11. Методи ринкової економіки</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) аналіз бізнес середовища; 2) оцінка вартості капіталу; 3) вплив фінансового левериджу 4) оцінка ЕВІТ 5) оцінка інвестицій 	<p>Шляхи підвищення ефективності використання фінансових ресурсів</p>	<p>4. Зміни структури діяльності</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) прибутковість напрямків діяльності сильно відрізняється; 2) відносні частки ринку сегментів різні; 3) оцінки покупців різних сегментів різні; 4) можливість завоювання лідерства при концентрації на окремому сегменті
<p>10. Інновації</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) успішність діяльності; 2) можливість використання закордонного досвіду; 3) можливість копіювання новітніх тенденцій 		<p>5. Розширення діяльності у суміжному сегменті</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) можливість використання переваг та досвіду; 2) переваги у розмірах та прибутковості над конкурентами суміжних сегментів
<p>9. Підвищення рівня якості та обслуговування</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) низька якість продукції конкурентів; 2) незадоволення покупців продукцією на ринку; 3) низький рівень іміджу 		<p>6. Розширення діяльності у існуючих сегментах</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ріст діяльності підприємства з більшими темпами, ріст ринку; 2) поглинання конкурентів; 3) досягнення більш високих цін (низьких витрат), ніж у будь-якого конкурента
<p>8. Зміни в основній діяльності</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) інтеграція з постачальниками або посередниками; 2) концентрація на тому виді діяльності, який має переваги перед головним конкурентом 	<p>7. Проникнення у нові сегменти</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) наявність потужностей та резервів; 2) слабке конкурентне середовище; 3) нове бачення сегментів 	

Рисунок – Декомпозиція шляхів підвищення ефективності використання фінансових ресурсів підприємств

Висновки. В умовах ринку, що розвивається, економічних і фінансових успіхів можуть досягти лише ті підприємства, які здатні формувати і реалізовувати на конкретному організаційному рівні стратегії соціально-економічного розвитку в довгостроковому періоді часу.

Проблематика прибутковості підприємств охоплює питання виникнення прибутку в процесі виробництва, його формування у сфері обслуговування, ціноутворення, розподілу і використання для капіталізації.

Для вирішення цієї проблеми необхідно системно аналізувати прибутковість підприємств і чинники, що на неї впливають, постійно відстежувати і встановлювати резерви збільшення прибутку і комбінувати різноманітні шляхи підвищення рівня прибутковості.

Таким чином, запропонована система декомпозиції шляхів підвищення ефективності використання фінансових ресурсів може стати індикатором плану заходів щодо підвищення прибутковості вітчизняних підприємств.

Перелік посилань:

1. Данілова Л.Л. Ціноутворення та маркетингова цінова політика: навч. посіб. / Л. Л. Данілова, С. В. Петровська; Київський національний торговельно-економічний ун-т. - К.: КНТЕУ, 2006. - 130 с.
2. Дугіна С. І. Маркетингова цінова політика: [навч. посібник] /С.І.Дугіна. – Київ : КНЕУ, 2005. – 393 с.
3. Ціноутворення як основа ефективності функціонування підприємств та чинник підвищення добробуту населення: монографія / [Зборовська О. М. та ін.]; за ред. д-ра екон. наук, проф. А. В. Череп; ДВНЗ "Запоріж. нац. ун-т" МОН України, Екон. ф-т. - Запоріжжя : Запоріж. нац. ун-т, 2011. - 288 с.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**ЕКОНОМІЧНА КІБЕРНЕТИКА:
УПРАВЛІННЯ ДАНИМИ, ХМАРНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА
ІНФОКОМУНІКАЦІЇ**

Збірник наукових праць
за матеріалами Всеукраїнської інтернет-конференції
3-4 березня 2025 р.

Відповідальний редактор Л.І. Лозовська
Комп'ютерна верстка Л.В. Мала

Український державний університет науки і технологій

2025