

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

**ЕКОНОМІЧНА КІБЕРНЕТИКА:
КОМП'ЮТЕРНІ ТЕХНОЛОГІЇ
В БІЗНЕСІ**

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

**ЕКОНОМІЧНА КІБЕРНЕТИКА:
КОМП'ЮТЕРНІ ТЕХНОЛОГІЇ
В БІЗНЕСІ**

**Збірник наукових праць
за матеріалами Всеукраїнської інтернет-конференції
1-2 березня 2022 р.**

(Лист ДНУ «Інститут модернізації змісту освіти» №22.1/10-28 від 12.01.2022 р.)

Дніпро
УДУНТ
2022

Організатори конференції:

*кафедра економічної інформатики
Українського державного університету науки і технологій;
Університет імені Альфреда Нобеля;
Національний університет «Запорізька політехніка»*

Склад редакційної групи:

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

Економічна кібернетика: комп'ютерні технології в бізнесі: збірник наукових праць за матеріалами Всеукраїнської інтернет-конференції, м. Дніпро, 1-2 березня 2022 р. – Дніпро: УДУНТ, 2022. – 181 с.

Збірник наукових статей за матеріалами Всеукраїнської інтернет-конференції, присвяченої дослідженню, розробці та використанню комп'ютерних систем, цифрових технологій та хмарних обчислень в бізнесі, науково-практичному опрацюванню результативного застосування у практиці управління сучасних комп'ютерних технологій та вирішенню проблем управління соціально-економічними системами.

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.

Іщук С.О., Созанський Л.Й. ТОРГІВЛЯ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ	82
Ковальчук Д.К. ОСОБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТА УСТАНОВ ЯК СУБ'ЄКТІВ АДМІНІСТРАТИВНОГО ПРАВА	87
Лебедева В.К., Борисенко М.Е. СПЕЦИФІКА ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ПОСЛУГ	91
Лебедева В.К., Красников В.О. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ТОВАРАМИ УКРАЇНИ	97
Лебедева В.К., Панайот А.О. СУТНІСТЬ ТА МЕТОДИ ФІНАНСУВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ	101
Лебедева В.К., Узлова М.Ю. ГЛОБАЛЬНІ ЧИННИКИ ОСОБЛИВОСТЕЙ СУЧАСНОЇ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ	109
Леонідов І.Л. ФАКТОРИ УПРАВЛІННЯ ПРИВЛАСНЕННЯМ ІНФОРМАЦІЙНО-ЦИФРОВОГО ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ПРОДУКТУ В УМОВАХ ЗНАНЄВО-ІНФОРМАЦІЙНОЮ РЕВОЛЮЦІЇ	114
Лозовська Л.І., Терещенко Е.В., Нежуріна Ю.В. ПРОБЛЕМИ МОДЕЛЮВАННЯ СИСТЕМ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА	119
Лохман Н.В., Лохман О.М. ОЦІНКА КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ЗАКЛАДУ РОЗМІЩЕННЯ	124
Ляховська О.В. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНИХ МАШИНОБУДІВНИХ ВИРОБНИЦТВ	128
Матюха М.М. ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ	132
Мухін В.С., Захарченко П.В. ЕКО-ЕФЕКТИВНІСТЬ, ЯК КОНЦЕПЦІЯ ОЦІНКИ СТАЛОСТІ ТУРИЗМУ НА ШЛЯХУ ДО ДОСЯГНЕННЯ ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ	137
Орлик О.В. МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ТА ЇХ ЗНАЧЕННЯ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	142
Плотнікова М.Ф., Коляденко Д.В. ТУРИЗМ ЯК ФОРМА ТРАНСФОРМАЦІЇ РИНКУ ТА ФОРМУВАННЯ ОСНОВ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ	146
Пошивалова О.В. ОЦІНКА ВПРОВАДЖЕННЯ ВІДНОВЛЮВАНИХ ДЖЕРЕЛ ЕНЕРГІЇ В КРАЇНАХ ЄС	151
Савчук Л.М., Бандоріна Л.М., Савчук Р.В. ОСОБЛИВОСТІ МОДЕЛЮВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	155
Савчук Л.М., Мандрика Т.П. МОДЕЛЬ ОЦІНКИ РИНКОВИХ СЕГМЕНТІВ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА	159
Савчук Л.М., Удачина К.О., Савчук Р.В. МОДЕЛЮВАННЯ ОПТИМАЛЬНОЇ СТРУКТУРИ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНOSTІ ПІДПРИЄМСТВА	164
Тарасевич В.М., Зіберова Н.І. АНАЛІЗ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ ІМПОРТОЗАМІЩЕННЯ В НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ	170
Удачина К. О., Белиба С.В. ОСОБЛИВОСТІ МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСУ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	176

ГЛОБАЛЬНІ ЧИННИКИ ОСОБЛИВОСТЕЙ СУЧАСНОЇ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ

Лебедєва В.К.

*кандидат економічних наук, професор, професор кафедри міжнародної
економіки, політичної економії та управління*

Узлова М.Ю.

*магістрант кафедри міжнародної економіки, політичної економії та
управління*

*Український державний університет науки і технологій
м. Дніпро, Україна*

Міжнародна торгівля – система міжнародних товарно-грошових відносин, що складається з зовнішньої торгівлі всіх країн світу. Сучасний стан міжнародної торгівлі обумовлений численними факторами, включаючи рівень розвитку матеріального виробництва й сфери послуг, фінансової, інформаційної та транспортної інфраструктури, а також соціально-політичними процесами в різних державах. Крім того, на світову ринкову кон'юнктуру впливає рівень сформованих торгово-економічних відносин між країнами та їх інтеграційними блоками. Аналіз сучасного стану міжнародної торгівлі товарами й послугами дає можливість виділити основні тенденції та особливості її розвитку як в кількісному, так і в якісному відношенні[1].

Міжнародна торгівля дуже важлива для економіки України. Міжнародна торгівля дає змогу долати обмеженість національної бази ресурсів і вузькість внутрішнього ринку, збільшити можливості накопичення, індустріалізації, підвищення темпів економічного зростання, раціоналізації використання природних ресурсів і робочої сили, що веде до зростання продуктивності праці й доходів. Участь у світовій торгівлі створює умови для прискореного розвитку структурних змін у національних господарствах.

Спочатку, в період формування, на стійке зростання міжнародної торгівлі впливали такі фактори, як міжнародний поділ праці (МРП) та інтернаціоналізація виробництва; науково-технічна революція; активна діяльність ТНК; лібералізація міжнародної торгівлі; розвиток процесів торгово-економічної інтеграції. Все це, безсумнівно, сприяло збільшенню обсягів міжнародної торгівлі, змінам її товарної та географічної структури (табл. 1) [2].

Таблиця 1

Динаміка обсягів міжнародної торгівлі

Регіон	Рік				
	2000	2010	2013	2014	2018
Експорт					
Увесь світ, млрд. дол.	6 452,3	15 302,1	18 954,9	19 003,8	1 9453
Частка різних груп країн					
Країни, що розвиваються	31,9	42,1	44,5	44,7	44,5
Країни з перехідною економікою	2,3	4,0	4,3	4,0	3,5
Розвинені країни	65,8	53,9	51,2	51,3	52,0
Імпорт					
Увесь світ, млрд. дол.	6 654,5	15 420,5	18 939,6	18 987,4	1 9794
Частка різних груп країн					
Країни, що розвиваються	28,8	39,0	42,2	42,0	42,0
Країни з перехідною економікою	1,4	2,9	3,3	2,9	2,5
Розвинені країни	69,8	58,0	54,6	55,1	55,5

Як можна побачити з табл. 1, протягом 2000–2018 років обсяг як експорту, так і імпорту виріс майже в три рази. Відбуваються зростання ролі країн, що розвиваються, та зменшення впливу розвинених країн. Частка країн з перехідною економікою зменшується. Серед провідних експортерів з'явилися й міцно утримують позиції країни, що розвиваються, зокрема перше місце вже кілька років посідає КНР. На сучасному етапі розвитку міжнародної торгівлі необхідно розглядати її в нових умовах, умовах глобалізації. У цьому разі міжнародна торгівля виступає як система мікро- й макрорівнів, адже вона включає постачальників, споживачів, уряд країн та міжнародні організації.

Суттєвими факторами, що впливають на міжнародну торгівлю в умовах глобалізації, є науково-технічна революція (НТР) та науково-технічний прогрес (НТП).

Розглянемо тенденції розвитку міжнародної торгівлі під впливом цих факторів.

1) Ідеї, інформація та знання стають предметом купівлі-продажу, набуваючи різних форм у процесі створення, поширення та переміщення. Велика частина вартості сучасного товару залежить від обсягу інновацій, досліджень та сервісного обслуговування. Найбільша вартість інновацій припадає на США. Значна частина вартості сучасних компаній складається не стільки з матеріальних складових частин, скільки з нематеріальних (вартість бренду, витрати на інновації, просування тощо). Інформація має свою вартість для бізнесу, адже вона знижує невизначеність в економічних рішеннях; впливає на поведінку людей, що також має економічні наслідки; іноді інформація сама володіє власною ринковою вартістю.

Пояснення першої причини відомо з 1950-х років. Воно було обґрунтовано в математичній теорії прийняття рішень. Саме скороченню невизначеності ми приділимо основну увагу, адже воно є найбільш актуальним для звичайних умов.

Вартість інформації, що впливає на поведінку людей, просто дорівнює вартості різниці в їх поведінці. Якщо вимір результатів діяльності дає зростання продуктивності праці 20%, то грошовий вираз зростання продуктивності є вартістю вимірювання. Якщо ж вартість інформації є її ринковою вартістю, то перед нами постає проблема ринкового прогнозу, що нічим не відрізняється від оцінювання продажів будь-якого іншого продукту. Однак найчастіше в бізнесі роблять виміри тому, що вони хоча б частково пов'язані з прийняттям рішень.

2) Розвиток мережевих технологій привів до появи нового класу валют, а саме Bitcoin та її похідних. Вони мають велику кількість переваг порівняно з більшістю доступних платежів. До них належать такі:

- неможливість стрибку емісії неможлива; держава або центральний банк не зможуть надрукувати додаткову грошову масу, знецінюючи валюту;

- щоб використовувати Bitcoin, не потрібно їх довіряти посереднику, зокрема банку, біржі, афілійованій системі, що володіє системою «електронних грошей» (Webmoney, Yandex гроші, PayPal тощо);

- система працює за технологією “peer-to-peer”, тобто працездатність мережі забезпечують усі користувачі мережі одночасно, вони ж є рівними, немає більш «головних», «перших», що автоматично унеможливорює заборону з різних мотивів на переказ грошей; Bitcoin – це розподілена система, тобто, немає ніякого єдиного центру або організатора системи, на якого держава може натиснути силовими методами;

- відносно висока швидкість роботи транзакцій, можливість заплатити комісію та провести платіж швидше або провести безкоштовно, але необхідно чекати кілька днів;

- для створення рахунку не потрібен паспорт і не потрібно нікуди йти;

- рахунок в Bitcoin не можна заблокувати або заарештувати, також не можна відмовити в обслуговуванні окремим особистостям;

- необмежені транзакції, система працює в усьому світі, де є Інтернет, а також ігнорує будь-які кордони та заборони.

3) Сучасний Інтернет змінює відносини між споживачем, виробником і продавцем, виводить їх на більш якісний рівень. Якщо раніше найважливішими критеріями ефективності товару були ціна та якість, то зараз усе більшого значення набуває задоволеність індивідуалізованих потреб, тобто міжнародний

товар повинен бути адаптованим, налаштованим, поставленим таким чином, щоби максимально відповідати запитам глобальних споживачів. Також сьогодні суттєво збільшуються вимоги до сервісних послуг. Для компаній сервісні послуги та послуги індивідуалізації стають суттєвим джерелом прибутку. Наведемо як приклад компанію “Amazon” з її сервісом “AmazonPrime”. Він із ціною в \$99 в рік дає змогу зберігати лояльність користувачів, пропонуючи особливі знижки та безкоштовну доставку широкого асортименту товарів за два дні. Користуючись “Prime” протягом безкоштовного пробного місяця й усвідомивши всі переваги сервісу, клієнти досить часто повертаються до нього. Таким чином, “Amazon” здатний створити лояльну клієнтську базу, яка постійно купує практично все, що необхідно, саме на “Amazon”. Крім утримання клієнта, “Prime” дає змогу “Amazon” заробляти. Незважаючи на те, що вона є відкритою компанією, “Amazon” дуже неохоче ділиться інформацією. Ніколи не повідомлялося, скільки було зароблено на “Prime”. Підписки на “Prime” не приносять багато прибутку, але гроші робляться на додаткових продажах. Завдяки наявності ефективної системи доставки клієнти охочіше замовляють продукт з “Amazon”, ніж поїдуть до інших магазинів[3].

4) Відбувається висока інтеграція між економіками різних країн. Однак це може привести до розширення наслідків форс-мажорних ситуацій. Сьогодні вплив епідемії вірусу COVID-19, яка розпочалася в Китаї, можна відчутти практично в будь-якій країні світу. Протягом наступного півріччя світова економіка буде перебувати в нестабільному стані у зв’язку із заходами з боротьби з пандемією, зокрема обмеженнями виробництва та споживання, вільного пересування світом. Значною мірою постраждає туристичний бізнес, буде суттєво зменшено обсяги міжнародних пасажирських перевезень.

Карантинні заходи в умовах пандемії COVID-19 негативно відбилися на налагоджених глобальних ланцюжках поставки, що буде сприяти глобальній тенденції переходу від вільної зовнішньої торгівлі до політики протекціонізму. Вже зараз провідні світові компанії замислюються на трансформацією своєї стратегії щодо оптимізації ланцюжка поставок і локалізації виробництва з максимальною доданою вартістю.

Поширення вірусної інфекції дасть змогу низці країн змінити міграційну політику. Так, все більше лідерів країн ЄС висловлюються на користь перегляду Шенгенської угоди. Обмеження вплинуть на мобільність робочої сили, а зростаючий рівень безробіття не буде сприяти зростанню заробітних плат.

Таким чином, роль міжнародної торгівлі на сучасному етапі дуже велика. Її значущість в господарських зв'язках визначається тим, що вона опосередковує практично всі види міжнародного поділу праці, пов'язує всі країни світу в єдине господарське ціле, дає поштовх розвитку підприємствам і тим самим конкурентоспроможності місцевої продукції [4].

Основними чинниками успішної міжнародної торгівлі є відкриття та розширення ринків; спеціалізація і кооперування в міжнародному масштабі; вивезення капіталу, що стимулює зростання зовнішньої торгівлі та пов'язаний з постачанням засобів виробництва для підприємств, що створюються за кордоном; демографічний фактор, який впливає на глобальну торгівлю за допомогою формування окремих порівняльних переваг країн і зростання попиту на імпортовану продукцію.

Виходячи з проведеного дослідження, доходимо таких висновків.

1) Міжнародна торгівля з'явилась і розвивалась під впливом таких чинників, як міжнародний розподіл праці, інтернаціоналізація, діяльність ТНК.

2) В сучасних глобалізаційних умовах міжнародна торгівля трансформується в нову якість, адже інформація і знання стають об'єктом купівлі-продажу, з'являються нові технології продажів, важливо говорити про появу не просто нових товарів, а товарів, які не мають фізичних характеристик, наприклад мобільні додатки.

3) На продаж товарів на міжнародному ринку активно впливають не тільки економічні фактори, але й політичні фактори та форс-мажорні ситуації. Підприємство, яке виходить на зовнішній ринок, отримує не тільки вищі прибутки, але й підвищені ризики. Врахування цих факторів дасть змогу функціонувати підприємству ефективно.

Перелік посилань:

1. Богашко О. Л. Основи зовнішньоекономічної діяльності: Навчальний посібник / О. Л. Богашко. – Умань: Видавець „Сочінський”, 2010. – 372 с.

2. The UNCTAD Handbook of Statistics 2019. [Електронний ресурс] URL: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tdstat44_en.pdf (дата звернення: 15.02.2022).

3. Кудіна О.Ю. Розвиток електронної торгівлі в умовах становлення глобального інформаційного простору. Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму.— 2011.— № 1 (4). — С. 196–202.

4. Мойсей В.І. Функціональна роль міжнародної торгівлі в умовах глобалізації. Міжнародна економіка. —2010.— № 4/12.— С. 65–70.