

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.

ЗМІСТ

КОМП'ЮТЕРНІ СИСТЕМИ, ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ХМАРНІ ОБЧИСЛЕННЯ В ЕКОНОМІЦІ

Кобець С.П. ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У БІЗНЕСІ	6
Максимова Ю.О., Максимов О.С. ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ ВДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТ ТА ОПТИМІЗАЦІЇ НЕСТРУКТУРОВАННИХ ДАНИХ	10
Пономаренко І.В. ОПТИМІЗАЦІЯ ІГРОВОГО ПРОДУКТУ НА ОСНОВІ СИСТЕМИ МЕТРИК	14
Рожков О.О., Пивовар П.В. ОЦІНКА ВПЛИВУ ІНФРАСТРУКТУРНОГО ПРОЕКТУ «ОДИН ПОЯС – ОДИН ШЛЯХ» НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ	18

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ І РОЗРОБКИ ПРИКЛАДНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ

Андрос С.В. СТАН АГРАРНОЇ НАУКИ УКРАЇНИ ТА ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК АПК: МІЖНАРОДНИЙ АСПЕКТ	26
Бушуєв К.М. ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКСПЕРТНИХ МЕТОДІВ В МОДЕЛЮВАННІ ОЦІНКИ Й СЕЛЕКЦІЇ ДОБОРУ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РІШЕНЬ	30
Симоненко Д.А. ФАКТОРИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ ТЕРИТОРІЙ ТА ЗАСТОСУВАННЯ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНИХ МОДЕЛЕЙ ДЛЯ ОПТИМІЗАЦІЇ	35
Ярмоленко Л.І., Дмитрієнко Д.С. УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ПІДТРИМКИ ДІЯЛЬНОСТІ МАГАЗИНУ	40

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМИ СИСТЕМАМИ

Бандоріна Л. М., Климкович Т.О. РОЗРОБКА ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЇ СИСТЕМИ ОПТИМІЗАЦІЇ ЗАВДАНЬ ТРАНСПОРТНОЇ ЛОГІСТИКИ	47
Бандоріна Л.М., Хрущова О.В. КОНЦЕПЦІЯ РОЗРОБКИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РЕАЛІЗАЦІЄЮ ТОВАРІВ ПО ЗАМОВЛЕННЯХ СПОЖИВАЧІВ	52
Берідзе Т.М. СИТУАЦІЙНІ ЗАВДАННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМИ СИСТЕМАМИ	57
Budiakova O. LABOR MARKET REGULATION FOR SOCIAL PROTECTION OF THE POPULATION	61
Гільорме Т.В. УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ У СИСТЕМІ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ	65
Гогунська О.А. МОДЕЛЮВАННЯ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПРИМОРСЬКИХ ДЕСТАНАЦІЙ	69
Гришина Л.О., Вусик Я.Є. ТЕНДЕНЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ	74
Ілляшенко С.М., Ілляшенко Н.С. ВПЛИВ ЧЕТВЕРТОЇ ПРОМИСЛОВОЇ РЕВОЛЮЦІЇ НА РИНОК ПРАЦІ І СИСТЕМУ ПІДГОТОВКИ КАДРІВ	78

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

ОСОБЛИВОСТІ МОДЕЛЮВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Савчук Л.М.

*кандидат економічних наук, професор,
професор кафедри економічної інформатики*

Бандоріна Л.М.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічної інформатики*

Савчук Р.В.

*ст. викладач кафедри економічної інформатики
Український державний університет науки і технологій
м. Дніпро, Україна*

Поняття «фінансова стратегія підприємства» інтегрує в собі перелік основних змістовних його характеристик, конкретний прояв яких варіює за окремими підприємствами у досить широкому діапазоні залежно від особливостей їх основної діяльності, внутрішньої фінансової структури, обсягу внутрішнього фінансового потенціалу, зовнішнього фінансового середовища та інших умов. Така варіація цілей та умов формування фінансової стратегії підприємств (у тому числі торговельних) породжує відповідну варіацію видів цієї стратегії, що мають обиратись ними в конкретних умовах фінансової діяльності.

Тому одним із актуальних теоретичних питань, пов'язаних із формуванням фінансової стратегії, є відповідна систематизація основних її видів, що можуть використовуватись на підприємствах торгівлі.

Отже, доцільно розглянути найбільш важливі класифікаційні ознаки, які можуть бути покладені в основу систематизації видів фінансової стратегії торговельних підприємств.

Однією з таких класифікаційних ознак виступає галузева приналежність підприємства. Вона розглядається як одна із найважливіших при систематизації не лише корпоративної, а й бізнес-стратегії підприємств. У торгівлі такі галузеві особливості діяльності притаманні, перш за все, підприємствам різних видів торговельної діяльності – роздрібною та оптовою торгівлі. Щодо врахування цих галузевих особливостей діяльності торговельних підприємств при виділенні видів корпоративної та бізнес-стратегій, то не виникає сумнівів – ці особливості обумовлюють різні види технологій здійснення основної діяльності, різні види товарних ринків і форми конкуренції на них, різну

маркетингову орієнтацію тощо. Водночас виникає питання – наскільки ці галузеві особливості діяльності торговельних підприємств обумовлюють специфіку їх фінансової діяльності та, відповідно, диференціацію видів їх фінансової стратегії за такою класифікаційною ознакою [1].

Специфіка фінансової діяльності роздрібних та оптових торговельних підприємств спостерігається за багатьма параметрами. Перш за все, різні технології здійснення основної діяльності підприємств роздрібною та оптовою торгівлі породжують різну тривалість операційного та, відповідно, фінансового циклів, що обумовлює різний відносний обсяг фінансових потреб і структури залучення фінансових ресурсів із різних джерел.

Крім того, різний склад покупців споживчих товарів підприємств роздрібною та оптовою торгівлі обумовлює і певну різницю видів здійснюваних фінансових операцій. Наприклад, основною формою кредитування покупців на підприємствах роздрібною торгівлі виступає споживчий кредит, а на підприємствах оптовою торгівлі основною формою є товарний кредит. Різний склад покупців обумовлює і різні підходи цих підприємств до визначення стратегічних напрямів здійснення їх кредитної політики.

Як особливість фінансової діяльності слід відзначити і різні можливості формування фінансових ресурсів із внутрішніх джерел підприємствами роздрібною та оптовою торгівлі. Технологічні особливості операцій на підприємствах оптовою торгівлі потребують їх більшої фондооснащеності (в першу чергу – механізації праці), а на підприємствах роздрібною торгівлі відносно вищим є рівень витрат живої праці. Це обумовлює при рівних інших умовах більш високі можливості формування фінансових ресурсів за рахунок амортизації основних засобів на підприємствах оптовою торгівлі в порівнянні із підприємствами роздрібною торгівлі [1].

Вищий рівень концентрації торговельної діяльності на підприємствах оптовою торгівлі, а також їх переважно прямі господарські зв'язки із безпосередніми виробниками споживчих товарів дозволяють їм формувати кінцеві фінансові результати (в першу чергу – чистий прибуток із операційної діяльності) при відносно нижчих рівнях витрат на збут і торговельної націнки, ніж на підприємствах роздрібною торгівлі. Це теж відіграє суттєву роль у формуванні фінансових ресурсів і забезпеченні стратегічного розвитку фінансової діяльності торговельних підприємств, що диференційовані за ознакою їх галузевої приналежності.

Отже, за цією ознакою доцільно виділяти фінансову стратегію роздрібного торговельного підприємства та фінансову стратегію оптового торговельного підприємства.

Деякі науковці пропонують використовувати у процесі систематизації видів корпоративної стратегії і таку класифікаційну ознаку, як розмір підприємства. Зокрема така пропозиція міститься в роботах Д. Колліса та С. Монтгомері [2, с. 150–151], І. Смоліна [3, с. 285–286], Дж. Хангера та Т. Уїлена [4, с. 152]. Розмір підприємства визначає особливості формування не тільки корпоративної, а й фінансової його стратегії.

Отже, можна зробити наступні узагальнення.

По-перше, розмір торговельного підприємства визначає загальний обсяг його фінансової діяльності, ступінь диверсифікації напрямів діяльності, рівень спеціалізації та кваліфікації фінансових менеджерів та деякі інші вихідні передумови розробки фінансової стратегії – масштабність її цілей, період стратегічного бачення розвитку фінансової діяльності, ступеня деталізації розробки пропозицій щодо досягнення стратегічних цілей тощо.

По-друге, залежно від розміру торговельного підприємства формується організаційна структура управління його фінансовою діяльністю та, відповідно, можливості забезпечення ефективної реалізації розробленої фінансової стратегії.

По-третє, розмір торговельного підприємства значною мірою визначає і внутрішню структуру формування фінансової стратегії за основними її напрямками, кількість і форми яких зростають, як правило, пропорційно зростанню обсягів фінансової діяльності та її диверсифікації.

По-четверте, торговельні підприємства різних розмірів мають різні потенційні можливості залучення позикових фінансових ресурсів як за обсягами, так і за складом джерел, що відповідним чином обумовлює різні можливості фінансового розвитку у стратегічній перспективі.

Таким чином, в основу систематизації видів фінансової стратегії торговельних підприємств можна покласти такі основні класифікаційні ознаки [1]:

- вид торговельної діяльності підприємства;
- розмір торговельного підприємства;
- ієрархічний рівень управління торговельним підприємством;
- вид базової корпоративної стратегії торговельного підприємства;
- вектор динаміки господарської діяльності торговельного підприємства;

- характер фінансової поведінки торговельного підприємства у стратегічному періоді.

За цим підходом, з яким ми повністю погоджуємося, Г. Блакита [1] запропонувала ранжирувати окремі класифікаційні ознаки видів фінансової стратегії торговельних підприємств за їх значущістю таким чином:

- 1-й рівень (підсистема) – вид торговельної діяльності підприємства;
- 2-й рівень (група) – розмір торговельного підприємства;
- 3-й рівень (підгрупа) – ієрархічний рівень управління торговельним підприємством;
- 4-й рівень (клас) – вид базової корпоративної стратегії торговельного підприємства;
- 5-й рівень (підклас) – характер фінансової поведінки торговельного підприємства у стратегічному періоді;
- 6-й рівень (група) – вектор динаміки господарської діяльності торговельного підприємства у стратегічному періоді.

Таким чином, одним із актуальних теоретичних питань формування фінансової стратегії торговельних підприємств є відповідна систематизація основних її видів.

До елементів наукової новизни роботи в межах проведеного дослідження можна віднести вдосконалену класифікацію видів фінансової стратегії торговельних підприємств, яку пропонується здійснювати за такими ознаками: видом торговельної діяльності підприємства; його розміром; ієрархічним рівнем управління; видом базової корпоративної стратегії; характером фінансової поведінки у стратегічному періоді; вектором динаміки стратегічного розвитку підприємства.

Перелік посилань:

1. Блакита Г. Систематизація видів фінансової стратегії торговельних підприємств / Г. Блакита // ВІСНИК КНТЕУ, 2009. - №6. – С. 67 – 77.
2. Коллис Д. Корпоративная стратегия. Ресурсный подход / Д. Коллис, С. Монтгомери ; пер. с англ. — М. : ЗАО "Олимп-Бизнес", 2007. — 400 с.
3. Смолін І. В. Стратегічне планування розвитку організації : монографія / І. В. Смолін. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2004. — 344 с. 8-е изд. — М.: Изд. дом "Вильямс", 2007. — 1056 с.
4. Хангер Дж. Основы стратегического менеджмента / Дж. Хангер, Т. Уилен; пер. с англ. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. — 319 с.