

Герасименко С. С.,
*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри статистики, інформаційних технологій
та математичних методів в економіці,
Національна академія статистики, обліку та аудиту, м.Київ*

СУЧАСНІ ТRENДИ ВИКОРИСТАННЯ СТАТИСТИКИ В УПРАВЛІННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

Зовнішньоекономічна діяльність є важливим елементом економічного розвитку країни, що дозволяє забезпечити економічну стабільність та конкурентоспроможність на міжнародному ринку. Статистика є невід'ємною частиною бізнес-аналізу, оскільки дозволяє отримати точні та об'єктивні дані, які можуть бути використані для здійснення аналізу та прогнозування. Статистичні дослідження надають важливу інформацію, що є важливим інструментом управління зовнішньоекономічною діяльністю, дозволяє відслідковувати та аналізувати різноманітні економічні показники, визначати ключові напрямки розвитку та забезпечувати ефективне прийняття рішень у сфері зовнішньої торгівлі.

Основною метою використання статистики в бізнес-аналізі є виявлення залежностей та закономірностей явищ та процесів, що дозволяє прогнозувати подальші тенденції та здійснювати стратегічне планування. Наприклад, статистичний аналіз може допомогти виявити залежність між витратами на маркетинг та збільшенням продажів, що дозволить здійснити ефективнішу стратегію маркетингу.

Статистика в бізнес-аналізі зовнішньоекономічної діяльності може бути використана для вирішення таких задач як:

1. Аналіз ефективності: статистика дозволяє вимірювати та оцінювати ефективність певних процесів та стратегій. Наприклад, вимірювання ефективності рекламної кампанії або збільшення продажів на певному ринку.

2. Прогнозування: статистика дозволяє прогнозувати майбутні тенденції та результати. Наприклад, прогнозування збільшення продажів наступного кварталу або визначення попиту на певний продукт в майбутньому.

3. Порівняння: статистика дозволяє порівняти різні параметри та вибрати найкращу опцію. Наприклад, порівняння ефективності двох різних маркетингових стратегій або порівняння ефективності роботи різних відділів підприємства.

4. Виявлення проблем: статистика дозволяє виявляти проблеми та несправності у роботі підприємства, які можуть призвести до збитків. На-

приклад, виявлення проблем з виробництвом, які можуть призвести до зменшення якості продукту.

5. Визначення потреб споживачів: статистика дозволяє визначити потреби та вподобання споживачів, що допомагає розробляти більш ефективні маркетингові стратегії та продукти.

Створена у такий спосіб інформаційна є важливим інструментом управління, оскільки дозволяє забезпечити прийняття ефективних рішень на основі комплексного аналізу явищ і процесів притаманних зовнішньоекономічній діяльності. Важливим елементом статистичного аналізу є аналіз ринку, що дозволяє визначати ключові напрямки розвитку та забезпечувати конкурентоспроможність товарів та послуг на міжнародному ринку.

Для ефективного аналізу ринку використовують також такі різноманітні інструменти, такі як SWOT-аналіз, аналіз Портера, аналіз конкурентів та інші. Зокрема, SWOT-аналіз дозволяє визначити сильні та слабкі сторони компанії, а також можливості та загрози на ринку.

Аналіз Портера дозволяє оцінити конкурентну ситуацію на ринку та визначити ключові фактори, що впливають на успішність діяльності компанії.

Окрім аналізу ринку, статистичний аналіз дозволяє відслідковувати та аналізувати тенденції, притаманні таким процесам як обсяги зовнішньої торгівлі, експорту та імпорту, заборгованість з розрахунків з іноземними контрагентами, ризики валютних коливань та інші. Для цього використовуються різноманітні статистичні методи та інструменти, такі як аналіз часових рядів, регресійний аналіз, аналіз варіацій та інші.

При цьому, зокрема, в аналізі часових рядів експорту та імпорту, статистичні методи дозволяють визначати тренди та сезонність у зовнішньоекономічній діяльності компанії. Регресійний аналіз дозволяє визначати залежність між економічними показниками, такими як обсяг експорту та імпорту, та іншими факторами, наприклад, ціною на нафту або курсом валют.

Аналіз варіацій дозволяє визначити вплив випадкових факторів на зовнішньоекономічну діяльність компанії та визначити ключові фактори, які впливають на її успішність.

Одним з важливих напрямків статистичного дослідження зовнішньоекономічної діяльності є аналіз ризиків. Ризики включають в себе валютні коливання, політичні ризики, технічні ризики та інші. Для визначення ризиків використовуються різноманітні методи, такі як аналіз відносних ризиків, аналіз важливості ризиків та інші. Аналіз відносних ризиків дозволяє визначити відносну вагомість різних ризиків та визначити стратегії їх зниження або управління.

Аналіз важливості ризиків дозволяє визначити ключові ризики, які можуть негативно впливати на зовнішньоекономічну діяльність компанії та визначити шляхи їх мінімізації.

Беручи до уваги, що одним з важливих інструментів управління ризиками є страхування застосування в дослідженнях зовнішньоекономічної діяльності має бути скероване на оцінювання ефективності страхування. Статистичні оцінки дозволяють компаніям зменшити фінансові втрати в разі виникнення ризиків, таких як зміни валютного курсу, політичні ризики та інші. Слід зауважити, що при виборі страхового продукту необхідно враховувати конкретні потреби компанії та ризики, з якими вона стикається, що дозволяє зробити застосування відповідних статистичних методів аналізу.

Таким чином, згадувані статистичні методи та інструменти дозволяють компаніям ефективно управляти зовнішньоекономічною діяльністю, визначати потенційні ризики та можливості, встановлювати оптимальні цінові стратегії та конкурентні переваги. Важливою складовою успіху в зовнішньоекономічній діяльності є також належне використання статистичних методів аналізу та розуміння можливостей їх застосування для компаній різного розміру та галузей.

Одним із сучасних трендів в статистичному аналізі є використання машинного навчання та штучного інтелекту при дослідженні великих обсягів даних та прогнозуванні ринкових тенденцій. Використання цих інструментів дозволяє компаніям ефективно адаптуватися до змін на ринку та підвищувати конкурентоспроможність. Одним з прикладів використання машинного навчання в зовнішньоекономічній діяльності є дослідження великих обсягів даних щодо вимог споживачів та тенденцій ринку. Наприклад, компанія може використовувати алгоритми машинного навчання для аналізу зворотного зв'язку від споживачів та відгуків на соціальних мережах, щоб зрозуміти, які продукти та послуги є найбільш популярними та які вимоги мають споживачі. Ця інформація може бути використана для удосконалення продуктів та послуг компанії та забезпечення задоволення вимог споживачів.

Іншим напрямком використання машинного навчання в зовнішньоекономічній діяльності є прогнозування змін на ринку та валютного курсу. Компанії можуть використовувати алгоритми машинного навчання для аналізу конфігурації ринків та прогнозування змін у попиту, цінах та валютному курсі. Ця інформація може бути використана для планування оптимальних стратегій зовнішньоекономічної діяльності та зменшення ризиків.

Узагальнюючи викладене можна дійти висновку, що застосування статистичних методів та підходів в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю є важливим інструментом, який дозволяє компанії розширювати свої ринки та підвищувати конкурентоспроможність.

Використання статистичного аналізу дозволяє компаніям отримувати цінну інформацію про ринок та споживачів, що – у свою чергу – дозволяє ефективно планувати стратегії зовнішньоекономічної діяльності, розробляти нові продукти та послуги та підвищувати якість взаємодії зі споживачами. Для того, щоб використання статистики в бізнес-аналізі було ефективним, необхідно правильно підібрати методи та інструменти статистичного аналізу в залежності від завдання.

Список використаних джерел

1. Клепікова С. В., Яцина М. Г., Другова О. С. Особливості управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств. Економіка. Фінанси. Право. 2021. С. 18-22.

2. Ганін В. І., Борох С. В. Стратегічні аспекти управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. Економічний аналіз. Тернопіль. 2018. С. 162-169.

3. Ковтун Е. О. Формування ефективного механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства/ Економічні науки, Вісник Хмельницького національного університету. 2020. С.285-290.

Головашова Д. А.,
здобувачка вищої освіти
першого (бакалаврського) рівня,
освітньо-професійна програма «Фінанси та облік»;
Науковий керівник:
Костяна О. В.,
д.е.н, доцент,
Харківський національний економічний
університет ім. Семена Кузнеця, м. Харків

УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕДУРИ ОПОДАТКУВАННЯ ПРИ ПЕРЕМІЩЕННІ ТОВАРІВ У МІЖНАРОДНИХ ВІДПРАВЛЕННЯХ

Стрімкий розвиток електронної торгівлі надав потужний поштовх зростанню обсягів міжнародних відправлень у сучасній економічній структурі будь-якої країни, що одночасно спростило процес купівлі-продажу для звичайного населення та представників малого і середнього бізнесу, проте при цьому викликало певні проблеми для вітчизняної економіки.

Ставка безмитного ліміту на ввезені посилки, а також допустима кількість мінімального ввезення однією особою на місяць (період, коли