

відносин власності, управління економікою; посилюється глобалізація економіки, інформації, науки.

Дослідження показали, що мережа Інтернет є не тільки комунікаційною технологією, зручною для передачі інформації, а й специфічною сферою послуг. Завдяки йому виник цілий ряд нових галузей: електронна торгівля, електронні біржі, телемедицина, дистанційна освіта тощо. Однак головним результатом появи Інтернету стала можливість перебудови існуючих галузей в результаті спрощення взаємодії виробників і споживачів. З'явилися нові форми конкуренції; розвивається електронна торгівля, знижуються трансакційні витрати; розширюються географічні кордони і ємність ринку; формується нове інформаційне середовище національного і світового бізнесу і світова Інтернет - економіка. Інтернет посилює мобільність всіх факторів виробництва, що прискорює динамізм структурних економічних зрушень, сприяє посиленню відкритості національних ринків, зростанню глобалізації економічного та інформаційного простору. Йде трансформація ринкового механізму. В Інтернеті чітко не визначені права власності.

Отже, можна зробити висновок, що в інформаційній економіці інформація становиться найважливішим економічним ресурсом і джерелом додаткових прибутків, що дозволяє говорити про функціонування капіталу в матеріально-грошово інформаційній формі. Це дозволяє підтвердити гіпотезу про формування інформаційного капіталу, який включає в себе технологічну, науково-технічну, соціально-економічну і духовну інформацію, яка використовується в економічному обороті для отримання доходу. Основу інформаційного капіталу складають ІКТ. При цьому право власності на технологічну інформацію відіграє найважливішу роль у створенні конкурентної переваги. Проблема розробки теорії інформаційного капіталу-тісно пов'язано-з інтелектуальним капіталом та інтелектуальною власністю. Під інтелектуальним капіталом розуміється сукупність знань досвіду, навичок, різних результатів творчої діяльності індивіда, що не відчужуються від його власника. Інтелектуальний капітал, втілений в активи, являє собою інтелектуальну власність. Інтелектуальний капітал втілюється в-певні інформаційні продукти, що відчужуються від їх виробника і стають об'єктом купівлі-продажу. Відчуження інформаційного продукту від його виробника і використання цього продукту власником з метою отримання прибутку дає підставу говорити про інформаційний капітал, а отже й значну інформатизацію сучасної економіки.

## **БІОЕКОНОМІКА: ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В КОНТЕКСТІ ВПЛИВУ СВІТОВИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ**

*Бондаренко В. М.*

*Науковий керівник: Будякова О. Ю., к.е.н., доцент*

*Київський національний університет технологій та дизайну*

Глобальні екологічні та продовольчі проблеми людства в реаліях

сьогодення негативно впливають як на високорозвинені економіки, так і на економіки країн, що розвиваються. Нестача продовольства через зростання чисельності населення, вичерпання корисних копалин, мінеральних, сировинних та енергетичних ресурсів, забруднення навколишнього середовища, поширення Industry 4.0 та smart-технологій, зростання споживання й поширення ідеології консюмеризму вимагають пошуку механізмів підтримки балансу між споживанням обмежених ресурсів і накопиченням відходів, що завдають екологічної шкоди навколишньому середовищу та населенню планети [1, с. 65].

Економічна політика Європейського Союзу дедалі більше зосереджується на концепції циклічної економіки, згідно з якою використання ресурсів максимізується, а відходи мінімізуються, замість «лінійної економіки», у якій «брати», «виготовляти» та «розпоряджатися» є основними елементами. Економіка замкнутого циклу використовує регенеративний підхід, який включає довговічність, повторне використання, рекуперацію та переробку як основні елементи. Вчені стверджують, що циркулярна економіка та біоекономіка представляють собою різні, але взаємодоповнюючі практики [2], причому біоекономіка приділяє більшу увагу ролі біологічної науки та процесів, тоді як певне виробництво та споживання енергії на біобіологічній основі вважаються зовнішніми щодо циркулярної економіки. Принагідно, що термін «циркулярна біоекономіка» набув популярності в Європейському Союзі, й розробляються політики для максимального використання біоресурсів, які вважаються відходами (таких як відходи сільського та лісового господарства), з довгостроковою метою поступової заміни виробництва на основі викопних порід з біоосною [3]. Рух до економіки замкнутого циклу, особливо із збільшенням використання біовідходів, ще більше відносить різні сектори для тих, хто намагається оцінити або визначити біоекономіку.

Біорізноманіття, яке зазвичай визначають як різноманіття живих організмів у їх природному середовищі, має значення для розуміння біоекономіки в кількох контекстах.

По-перше, багатство біорізноманіття забезпечує здорову та стійку планету для життя на Землі.

По-друге, традиційні засоби використання природного біорізноманіття мають переваги та економічну цінність. Половина збільшення врожайності польових культур у США з 1930-х років пояснюється генетичними вдосконаленнями, включно з використанням біорізноманіття через схрещування [4]. Натуральні продукти, отримані з рослин і тварин, залишаються основним джерелом багатьох фармацевтичних препаратів та агрохімікатів, таких як інсектициди. Науковці підраховали, що приблизно одна чверть ліків, що відпускаються за рецептом, містять деякі натуральні продукти, і цей відсоток збільшується, якщо взяти до уваги традиційні ліки, що використовуються в країнах, що розвиваються [5]. Молекулярні структури природних продуктів також служать схемою для розробки сполук або провідними в них. На додаток до фармацевтичних препаратів, низка хімічних структур, створених природними продуктами, послужила відправною точкою

для багатьох нових гербіцидів, фунгіцидів та інсектицидів [6].

По-третє, здатність видобувати та маніпулювати біорізноманіттям за допомогою метаболічної інженерії та синтетичної біології підживлює компоненти цілеспрямованої біоекономіки, яку можна розглядати як створення нового, «цифрового» або «синтетичного» царства біорізноманіття у формі біологічних інструментів й товарних продуктів.

Біорізноманіття можна розглядати як багатий непрямий ресурс, який живить усі компоненти біоекономіки. І навпаки, втрата біорізноманіття може спричинити витрати у вигляді втрачених або нереалізованих можливостей для біоекономіки.

### *Література:*

1. Олешко А.А., Ольшанська О.В., Будякова О.Ю., Бєбко С.В. Розвиток стійкої біоекономіки: досвід Європейського Союзу та можливості для України. *Агросвіт*. 2022. №3. С. 64-69.

2. Carus, M., and L. Dammer. 2018. The circular bioeconomy—concepts, opportunities, and limitations. *Industrial Biotechnology* 14(2).

3. Philp, J., and D. Winickoff. 2018. *Realising the circular bioeconomy*. Paris, France: OECD Publishing.

4. Huffman, W. E., and R. E. Evenson. 1993. The effects of R&D on farm size, specialization, and productivity. *Industrial Policy for Agriculture in the Global Economy* 12:41–72.

5. Simpson, R. D., R. A. Sedjo, and J. W. Reid. 1996. Valuing biodiversity for use in pharmaceutical research. *Journal of Political Economy* 104(1):163–18.

6. Sparks, T. C., D. R. Hahn, and N. V. Garizi. 2016. Natural products, their derivatives, mimics and synthetic equivalents: Role in agrochemical discovery. *Pest Management Science* 73(4):700–715. doi: 10.1002/ps.4458.

## **ІНТЕРНЕТ – ТОРГІВЛЯ ЯК МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ НОВОГО ЕКОНОМІЧНОГО СЕКТОРУ (ІНФОРМАЦІЙНА ЕКОНОМІКА)**

*Бутенко М.О.*

*Науковий керівник: Прокопенко М.В., ст. викл.*

*Харківський національний автомобільно – дорожній університет*

Інтернет-магазини являють собою нову модель бізнесу, яка порівняно нещодавно з'явилася на ринку. Дані магазини користуються великою популярністю серед покупців, так як мають ряд переваг перед звичайними магазинами. Однак звичні магазини не втратили своєї популярності і досі успішно функціонують. До того ж більшість традиційних магазинів організували онлайн-версію для підвищення –конкурентоспроможності [1].

Виходячи з вищесказаного виникає проблема: чи зможуть звичайні магазини залишитися на ринку за великої популярності інтернет-магазинів?

У вітчизняній науці цю проблему розглядали з точки зору вибору покупцями традиційних магазинів за великої кількості інтернет-магазинів.