Секція 4. Інформаційні та інноваційні технології в економіці, маркетингу та менеджменті.

ВИКОРИСТАННЯ BIG DATA ДЛЯ ПРИЙНЯТТЯ СТРАТЕГІЧНИХ РІШЕНЬ В ЕКОНОМІЦІ ПІДПРИЄМСТВА

Биба В.В., к.т.н., доцент,
НУ «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
(м. Полтава, Україна)
Пінчук Н.М., к.т.н., доцент,
Політехнічний університет ді Барі
(м. Барі, Італія)
Москальов О.В., студент спеціальність Менеджмент
НУ «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

У сучасних умовах цифрової трансформації економічна діяльність підприємств стає дедалі більш динамічною та складною. Конкурентне середовище швидко змінюється, споживачі формують нові потреби, а ринок диктує високі вимоги до швидкості та обґрунтованості управлінських рішень. У такій ситуації традиційні методи аналізу інформації вже не завжди здатні забезпечити належний рівень точності та своєчасності. Саме тому на перший план виходять великі дані (Big Data), які стають потужним інструментом для прийняття стратегічних рішень на рівні підприємства.

Big Data дозволяє опрацьовувати колосальні обсяги структурованої та неструктурованої інформації, що надходить із різних джерел: фінансової звітності, транзакцій, соціальних мереж, мобільних застосунків, сенсорів у виробничих процесах. Такий масив даних дає змогу не лише відображати поточний стан підприємства, а й виявляти приховані закономірності, прогнозувати розвиток подій та формувати довгострокові стратегії розвитку. Це стає ключовою конкурентною перевагою для тих компаній, які прагнуть випереджати ринок і забезпечувати стабільність свого бізнесу [1, 2].

Метою дослідження є з’ясування можливостей практичного застосування технологій Big Data у процесі стратегічного управління підприємствами, а також визначення тих переваг і ризиків, які супроводжують їх інтеграцію в економічну діяльність.

Для досягнення цієї мети було використано кілька методів дослідження:

1) аналітичний –для опрацювання наукової та бізнес-літератури, статистичних даних і реальних кейсів впровадження Big Data;

2) порівняльний – для аналізу результатів застосування Big Data у різних галузях економіки;

3) системний підхід – для узагальнення отриманих висновків і формування цілісного бачення перспектив використання технологій.

Сьогодні технології Big Data активно інтегруються у діяльність підприємств різних секторів. У роздрібній торгівлі великі дані допомагають відслідковувати поведінку споживачів і прогнозувати попит; у фінансовій сфері банки використовують аналітику для оцінки кредитоспроможності клієнтів і виявлення шахрайських операцій; у виробництві дані з датчиків обладнання дозволяють оптимізувати виробничі процеси та запобігати поломкам; у логістиці аналітика забезпечує ефективне планування маршрутів і скорочення витрат.

Відомі приклади світових компаній підтверджують ефективність використання Big Data. Наприклад: Amazon персоналізує рекомендації для покупців і вдосконалює управління запасами завдяки детальному аналізу даних; Walmart використовує аналітичні алгоритми для моніторингу попиту в реальному часі; Netflix формує персоналізовані пропозиції контенту на основі даних про перегляди та вподобання користувачів; UPS оптимізує логістичні процеси та економить ресурси завдяки аналітиці великих даних.

Українські компанії також поступово інтегрують ці технології. Наприклад, «Нова пошта» застосовує Big Data для аналізу логістичних операцій, що дозволяє скорочувати час доставки та підвищувати якість обслуговування клієнтів [1, 2, 3].

Використання Big Data надає підприємствам низку ключових переваг. По-перше, можливість приймати обґрунтовані рішення на основі достовірних і багатовимірних даних; по-друге, прогнозування майбутніх ринкових трендів і потреб споживачів; по-третє, підвищення ефективності управління запасами, постачанням і ціноутворенням; четверте, створення персоналізованих стратегій маркетингу, що підвищує лояльність клієнтів.

Разом із тим, існують певні бар'єри, які ускладнюють масове впровадження Big Data. А саме, значні фінансові витрати на придбання технологій і розвиток IT-інфраструктури; дефіцит фахівців із роботи з аналітикою даних; труднощі інтеграції нових систем у вже існуючі бізнес-процеси; ризики, пов'язані з кібербезпекою та захистом конфіденційної інформації.

Таким чином, великі дані є потужним стратегічним ресурсом сучасних підприємств. Вони дозволяють керівникам ухвалювати більш точні, виважені й довгострокові рішення, що сприяє зростанню конкурентоспроможності та формуванню інноваційної моделі розвитку. Однак для реалізації потенціалу Big Data необхідно забезпечити інвестиції в технології, підготовку персоналу, а також ефективні заходи з кіберзахисту. Отже, використання Big Data у стратегічному управлінні стає не лише інноваційним трендом, а й необхідною умовою успішного функціонування підприємства в умовах цифрової економіки.

Список використаних джерел

1. Коваленко, О. Впровадження Big Data у бізнес-процеси підприємств України // Економіка і управління. – 2021. – Вип. 3 (68). – С. 45–52.

2. Нові технології в логістиці: кейс компанії UPS [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.ups.com/us/en/services/knowledge-center/article.page?name=logistics-technology&kid=aa7f9a1a

3. Amazon.com. How Amazon uses big data and analytics [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.aboutamazon.com/news/innovation-at-amazon