

**Федерація професійних спілок України / Federation of Professional Unions of Ukraine**  
**Академія праці, соціальних відносин та туризму / Academy of Labor, Social Relations and Tourism**  
**Кафедра маркетингу / Department of Marketing**



**ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ**  
III Міжнародної науково-практичної конференції  
**«НАУКОВИЙ ВИМІР ОСМИСЛЕННЯ ТА ПОШУКУ ШЛЯХІВ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ: МАРКЕТИНГОВИЙ, ЕКОНОМІЧНИЙ, ФІНАНСОВИЙ, УПРАВЛІНСЬКИЙ ТА ПРАВОВИЙ АСПЕКТИ»**  
(10 березня 2026 року, м. Київ, Україна)

**COLLECTION OF MATERIALS**  
of III International scientific and practical conference  
**"SCIENTIFIC DIMENSION OF REFLECTING ON AND SEEKING PATHWAYS FOR UKRAINE'S DEVELOPMENT: MARKETING, ECONOMIC, FINANCIAL, MANAGEMENT, AND LEGAL ASPECTS"**  
(March 10, 2026, Kyiv, Ukraine)

### Література:

1. Verhoef P. C., Kannan P. K., Inman J. J. From multi-channel retailing to omni-channel retailing: Introduction to the special issue on multi-channel retailing. *Journal of Retailing*. 2015. Vol. 91(2). P. 174-181. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2015.02.005>
2. Lemon K. N., Verhoef P. C. Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*. 2016. Vol. 80(6). P. 69-96. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>
3. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Hoboken: Wiley, 2017.
4. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. *Digital Marketing*. 8th ed. Harlow: Pearson Education, 2022.

**Обухов Віталій**

здобувач вищої освіти,

*Науковий керівник:* Кулик В., д.е.н., професор,  
Національний університет «Полтавська політехніка Юрія Кондратюка»,  
м. Полтава, Україна

## ВИКОРИСТАННЯ ВЕЛИКИХ ДАНИХ ТА БІЗНЕС-АНАЛІТИКИ У ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Сучасний етап розвитку економіки характеризується активною цифровізацією бізнес-процесів, зростанням обсягів даних та необхідністю прийняття обґрунтованих управлінських рішень в умовах невизначеності. У наукових дослідженнях підкреслюється важливість використання інформаційних технологій, аналітичних інструментів і штучного інтелекту для забезпечення ефективності управління підприємствами та підвищення рівня їх економічної безпеки [1-3]. Це зумовлює необхідність дослідження ролі великих даних і бізнес-аналітики у формуванні сучасної системи управління підприємствами та визначення практичних напрямів їх застосування для підвищення результативності управлінської діяльності.

У сучасних умовах великі дані (Big Data) та інструменти бізнес-аналітики (Business Intelligence) стають важливими елементами системи управління підприємствами. Їх застосування дозволяє здійснювати комплексний аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища, оцінювати ефективність управлінських рішень і формувати стратегічні напрями розвитку підприємства. Важливість використання інформаційно-аналітичних систем у процесі управління обґрунтовується дослідженнями, які підкреслюють роль інформаційного менеджменту у забезпеченні ефективного функціонування підприємств [2].

Застосування великих даних у діяльності підприємств передбачає використання значних масивів структурованої та неструктурованої інформації, що надходить із різних джерел: внутрішніх інформаційних систем підприємства; цифрових платформ управління ресурсами; ринкових аналітичних ресурсів; даних про поведінку споживачів; фінансово-економічної інформації. Наприклад, компанія Amazon активно використовує великі дані для управління ланцюгами постачання та прогнозування попиту на продукцію. На основі аналізу даних про покупки клієнтів, поведінку користувачів на платформі, логістичні операції та сезонні тенденції компанія формує рекомендації товарів, оптимізує запаси на складах і приймає оперативні управлінські рішення щодо постачання та ціноутворення. Це дозволяє підвищувати ефективність управління та зменшувати витрати у глобальній системі електронної комерції.

Аналіз таких даних дозволяє підприємствам формувати більш точні прогнози, визначати ризики та підвищувати ефективність управлінських процесів. Водночас використання великих даних сприяє посиленню економічної безпеки підприємств, оскільки

дає змогу своєчасно виявляти потенційні загрози та формувати механізми реагування на них [1].

Бізнес-аналітика у системі управління підприємствами виконує низку важливих функцій, серед яких: підтримка стратегічного планування діяльності підприємства; оцінювання ефективності управлінських рішень, виявлення тенденцій розвитку ринку та поведінки споживачів, моніторинг ризиків і загроз у бізнес-середовищі, оптимізація використання ресурсів підприємства. Так, компанія Netflix активно використовує бізнес-аналітику для підтримки стратегічного планування та аналізу поведінки споживачів. На основі великих масивів даних про перегляди, вподобання користувачів і популярність контенту компанія ухвалює рішення щодо виробництва нових фільмів і серіалів, а також оцінює ефективність попередніх управлінських рішень. Крім того, аналітичні інструменти дозволяють оптимізувати інвестиції у контент і прогнозувати попит на різних регіональних ринках.

Застосування аналітичних інструментів дозволяє підвищити рівень обґрунтованості управлінських рішень, зменшити рівень невизначеності та забезпечити більш ефективне використання ресурсів підприємства. Крім того, використання сучасних цифрових технологій сприяє підвищенню прозорості управління та формуванню системи стратегічного контролю.

У сучасній практиці управління підприємствами особливого значення набуває інтеграція великих даних, бізнес-аналітики та технологій штучного інтелекту. Використання таких інструментів дозволяє: автоматизувати процеси збору та обробки інформації; підвищити швидкість прийняття управлінських рішень; забезпечити більш точне прогнозування результатів діяльності; формувати ефективні моделі управління ризиками; підвищити конкурентоспроможність підприємств.

Дослідження свідчать, що використання штучного інтелекту у системі управління сприяє підвищенню ефективності контролю та аналізу економічних процесів, а також удосконаленню системи прийняття рішень у різних сферах діяльності підприємств [3]. Це дозволяє підприємствам адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі та забезпечувати сталий розвиток.

У контексті підвищення ефективності управління підприємствами доцільно виділити основні напрями використання великих даних та бізнес-аналітики: формування системи підтримки управлінських рішень; розвиток цифрової інфраструктури підприємств; впровадження аналітичних платформ для моніторингу діяльності; використання інтелектуальних систем прогнозування; забезпечення інформаційної безпеки та управління ризиками.

Практична реалізація зазначених напрямів сприяє підвищенню ефективності функціонування підприємств, удосконаленню процесів управління та зміцненню їх конкурентних позицій на ринку. Водночас, важливою умовою успішного впровадження аналітичних інструментів є формування відповідної інформаційної культури управління та розвиток цифрових компетентностей персоналу.

Таким чином, використання великих даних та бізнес-аналітики є важливим фактором підвищення ефективності управління підприємствами в умовах цифрової трансформації економіки. Їх застосування дозволяє забезпечити більш високий рівень обґрунтованості управлінських рішень, підвищити конкурентоспроможність підприємств і зміцнити їх економічну безпеку. Перспективними напрямами подальших досліджень є розроблення моделей інтеграції аналітичних інструментів у систему стратегічного управління підприємствами, а також оцінювання ефективності використання технологій великих даних у різних галузях економіки. Важливим є також дослідження впливу цифрових технологій на формування інноваційних управлінських підходів та розвиток підприємств у довгостроковій перспективі.

### Література:

1. Кулик В. А. Цифрові загрози у бізнес-середовищі у контексті Цілей сталого розвитку. *Ефективна економіка*. 2025. Т. 7. <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.7.3>
2. Похідня Б. А., Кулик В. А. Інформаційний менеджмент на підприємстві. *Економічний простір*. 2025. № 201. С. 96–99. <https://doi.org/10.30838/ep.201.96-99>
3. Tsikalo Ye., Zinevych O., Osipenko D., Kulyk V., Lagovska O. Using Artificial Intelligence to Improve Tax Security and Control over Tax Avoidance Schemes. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*. 2024. 102. 8530–8542. URL: <https://www.jatit.org/volumes/Vol102No23/9Vol102No23.pdf> (дата звернення 03.03.2026)

**Петько Станіслав**

доктор економічних наук, доцент

**Потьомкін Ігор**

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана,

м. Київ, Україна

## СУТНІСТЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ КОМПАНІЇ APPLE

Компанія Apple демонструє світові, що глобальний бізнес повинен виступати силою добра, який працює на благо людства. Досягнення цього вимагає технологічних інновацій, міжнародної співпраці та зосередженості на зрощенні власного інтелектуального капіталу. Основні цінності компанії Apple полягають у: доступності продукції, безперервній освіті, інклюзивності, конфіденційності, охороні довкілля, расової рівності, відповідальності постачальників та справедливості. Причому політика ділової поведінки компанії Apple є основоположною для того, як саме керівництво веде бізнес і як менеджмент практично щодня втілює цінності. У повній відповідності до чинних законів Apple етично здійснює свою бізнес-діяльність не тільки на території США, а й в усіх інших країнах, де присутні представництва та офіційні магазини продукції компанії [4; 5].

*Основними принципами, якими керується бізнес-діяльність компанії Apple є:*

*Чесність:* демонстрація високих етичних стандартів в усіх бізнес відносинах без виключень.

*Повага:* ввічливе та поважне ставлення до клієнтів, партнерів, постачальників, менеджерів та інших осіб.

*Конфіденційність:* компанія захищає не тільки свою інформацію, але й інформацію про своїх клієнтів, партнерів і постачальників.

*Комплаєнс (compliance):* забезпечення відповідності ділових рішень чинному законодавству та нормативним актам.

Apple очікує, що її основні постачальники, підрядники, консультанти та інші ділові партнери дотримуватимуться вищезазначених принципів під час продажів товарів та послуг від імені компанії. Усі партнери, які працюють з компанією Apple (або від її імені), зобов'язані дотримуватися Кодексу поведінки постачальників [4]. Своєю чергою торгові партнери, перевізники, офіційні дилери та постачальники послуг, що мають ділові відносини з компанією Apple, зобов'язані дотримуватися Кодексу поведінки третіх сторін [4].

Також, політика ділової поведінки поширюється і на топменеджмент, Раду Директорів, усіх штатних/не штатних співробітників Apple та її дочірніх філій, що викладено у