

СТРАТЕГІЇ ВИКОРИСТАННЯ BIG DATA ДЛЯ АДАПТАЦІЇ БІЗНЕСУ ДО СВІТОВИХ ЗМІН

Воробйова Софія Сергіївна,

здобувач вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент»

Миколаївський національний аграрний університет

м. Миколаїв, Україна

***Анотація:** В роботі досліджено види стратегій використання Big Data для адаптації бізнесу до світових змін, проаналізовано, як великі обсяги даних допомагають підприємствам у прогнозуванні та аналізі ринкових тенденцій, ідентифікації нових можливостей та ризиків, а також у вирішенні стратегічних завдань.*

***Ключові слова:** великі обсяги даних, стратегія, бізнес, глобальні економічні зміни, технології.*

Глобальні економічні зміни, такі як цифровізація, автоматизація, зміна клімату та геополітичні ризики, створюють нові виклики для бізнесу. У цьому динамічному середовищі компаніям, які прагнуть залишатися конкурентоспроможними, важливо адаптуватися до нових умов.

Використання Big Data може стати потужним інструментом для адаптації бізнесу до світових змін. Big Data - це великі та складні набори даних, які генеруються з різних джерел, таких як транзакції, клієнтські дані, дані про сенсори та соціальні мережі.

Big Data – це не просто великі обсяги даних. Це комплексне явище, яке характеризується трьома ключовими аспектами:

1. Масштаб (Volume):

— Значний фізичний обсяг даних, що генеруються з різних джерел.

— Цей обсяг може сягати терабайтів, петабайтів, або навіть ексабайтів.

2. Швидкість (Velocity):

— Висока швидкість, з якою дані генеруються, оновлюються та надходять.

— Це потребує швидкої обробки та аналітики для отримання актуальних результатів.

3. Різноманіття (Variety):

— Різні типи даних, що входять до складу Big Data, включаючи структуровані, неструктуровані та напівструктуровані дані.

— Це робить обробку та аналіз даних більш складним завданням.

З часом до цих трьох ключових аспектів додалися й інші: достовірність (Veracity), життєздатність (Viability), цінність (Value), мінливість (Variability) та візуалізація (Visualization) [1].

Сучасний динамічний світ, де традиційна економіка зазнає стрімкої цифровізації, кидає виклики компаніям у прагненні досягти своїх стратегічних цілей та здолати конкурентів. Успішні гравці ринку розуміють цю динаміку та

активно використовують технології Big Data та аналітичні інструменти, ретельно аналізуючи їх вплив на майбутні бізнес-плани [2].

До стратегій використання Big Data відносять аналіз ринку та конкурентного середовища, оптимізація бізнес-процесів за допомогою аналізу даних, розробку нових продуктів та послуг, управління ризиками та підвищення ефективності маркетингу [3].

В свою чергу, аналіз ринку та конкурентного середовища використовує Big Data для вивчення потреб та поведінки клієнтів, спостерігає за конкурентами та виявляє нові ринкові можливості та прогнозує майбутні тренди та ризики.

Іншою важливою стратегією є оптимізація бізнес-процесів за допомогою аналізу даних. За допомогою Big Data, компанії можуть виявити ефективність своїх процесів та знайти шляхи для покращення їх ефективності та зниження витрат.

Розробка нових продуктів та послуг застосовується при розробці інноваційних продуктів та послуг, які відповідають потребам ринку та персоналізації продуктів та послуг для індивідуальних клієнтів.

Управління ризиками та підвищення ефективності маркетингу полягає у:

- Використанні аналітики для виявлення та оцінки ризиків, таких як кредитні ризики, ризики ліквідності та ризики, пов'язані з кібербезпекою.
- Розробці та впровадженні систем раннього попередження ризиків.
- Зниженні впливу ризиків на компанію.
- Використанні Big Data для сегментації та таргетуванні клієнтів.
- Розробці адресних маркетингових кампаній.
- Оптимізації маркетингових витрат.

Епоха трансформації бізнесу настала. Зараз експерти не просто розмірковують про можливі результати від впровадження Big Data, а й наочно бачать суттєві переваги:

- Підвищення конкурентоспроможності.
- Збільшення прибутку.
- Зниження ризиків.
- Покращення прийняття рішень.
- Підвищення ефективності маркетингу.
- Оптимізація операцій.
- Розробка інноваційних продуктів.

Big Data трансформує IT-ландшафт компаній, відкриваючи нові горизонти для автоматизації бізнес-процесів та підвищення продуктивності.

Автоматизація рутинних завдань стає реальністю завдяки Big Data. Це звільняє час співробітників, дозволяючи їм зосередитися на більш складних, стратегічних та творчих завданнях, що веде до зростання загальної ефективності роботи.

Отримання статистики в режимі реального часу – ще одна вагома перевага Big Data. Завдяки цьому компанії можуть оперативно реагувати на будь-які зміни ринку, завжди залишаючись на крок попереду конкурентів.

Підвищення інформаційної безпеки – це те, що також стає можливим завдяки Big Data. Ця технологія дає змогу отримати детальну та цілісну картину загроз безпеки, а також використовувати весь обсяг даних про роботу компанії (від стану обладнання до аналізу мережевого трафіку) для більш ефективної протидії кібератакам [4].

Отже, Big Data – це не просто технологія, це нове мислення. Це можливість для України стати лідером у цифровій трансформації.

Список використаних джерел:

1. Big Data (Біг Дата / Великі дані) – що це таке, суть, визначення, як працює та навіщо потрібно. Termin.in.ua. URL: <https://termin.in.ua/big-data-velyki-dani/> (дата звернення: 04.03.2024).
2. Verdenhofs A. Evolution of customer segmentation in the era of Big Data. Marketing and Management of Innovations, 2019. № 1. С. 238-243. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2019_1_22
3. Big data: The next frontier for innovation, competition, and productivity / J. Manyika et al. McKinsey & Company. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/big-data-the-next-frontier-for-innovation> (date of access: 04.03.2024).
4. Мінакова В. П. Актуальність використання моделі Big Data в бізнес-процесах. Економіка і суспільство. Вип. № 10. С. 892-896.

***Abstract:** This paper examines the types of strategies for using Big Data to adapt business to global changes. It is analyzed how large volumes of data can help enterprises in forecasting and analyzing market trends, identifying new opportunities and risks, as well as in solving strategic tasks.*

Key words: big data, strategy, business, global economic changes, technology.

Науковий керівник: **Олійник Т.Г.**,
канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємств,
Миколаївський національний аграрний університет
м. Миколаїв, Україна

УДК 351.82.332.12

РОЛЬ МОТИВАЦІЇ У ФОРМУВАННІ ЕФЕКТИВНОГО ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Зозуля Олександра Володимирівна
Здобувач вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент»
Миколаївський національний аграрний університет
м. Миколаїв, Україна