

ДУНДА ВЛАДИСЛАВ, здобувач вищої освіти

Науковий керівник – **БУРКОВСЬКА АННА**, доктор філософії (економіка),
доцент кафедри менеджменту, бізнесу та адміністрування,
Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв

РОЛЬ BIG DATA ТА АНАЛІТИКИ У СТРАТЕГІЧНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

У сучасних умовах глобальної конкуренції та динамічних ринкових змін стратегічний менеджмент потребує використання новітніх технологій для прийняття ефективних рішень. Одним із ключових інструментів у цьому процесі стає аналітика великих даних (Big Data), яка дозволяє компаніям отримувати глибоке розуміння внутрішніх і зовнішніх процесів, прогнозувати тенденції та розробляти стратегічні плани на основі об'єктивної інформації [1].

Big Data дає змогу інтегрувати дані з різних джерел: фінансових систем, ринкових звітів, соціальних медіа, внутрішніх CRM-систем та виробничих платформ. Це забезпечує комплексну картину діяльності компанії, дозволяє аналізувати поведінку споживачів, оцінювати ефективність бізнес-процесів та виявляти приховані закономірності, які не завжди помітні при традиційному аналізі [2]. В результаті менеджмент отримує можливість приймати стратегічні рішення на основі точних даних, зменшуючи ризики і підвищуючи ефективність ресурсного планування.

Застосування аналітики великих даних у стратегічному менеджменті дозволяє також прогнозувати майбутні ринкові тенденції та оцінювати конкурентне середовище. Алгоритми машинного навчання і штучного інтелекту допомагають моделювати різні сценарії розвитку бізнесу, визначати пріоритетні напрями інвестицій та адаптувати стратегії у відповідь на зміни ринку. Крім того, Big Data сприяє підвищенню гнучкості компаній, дозволяючи їм швидко реагувати на зовнішні виклики та використовувати нові можливості [3].

Водночас використання Big Data у стратегічному менеджменті супроводжується певними викликами. Основними є питання достовірності даних, обробки великих обсягів інформації та забезпечення конфіденційності. Недостатній рівень контролю за якістю даних або їхнє некоректне інтерпретування може призвести до хибних управлінських рішень. Крім того, впровадження аналітики великих даних потребує високого рівня компетентності персоналу та інвестицій у технологічну інфраструктуру [4].

Практика провідних компаній демонструє, що найбільш ефективно використання Big Data досягається через інтеграцію її у комплексну систему стратегічного управління. У фінансовому секторі аналіз великих даних дозволяє прогнозувати ризики кредитування та інвестицій, а у виробничих компаніях – оптимізувати процеси виробництва та ланцюги постачання. В Україні, наприклад, великі агрохолдинги та IT-компанії застосовують Big Data для прогнозування попиту, оптимізації логістики та розробки стратегій розвитку продуктів. Водночас дані завжди повинні використовуватися як доповнення до управлінського досвіду, а не як єдиний критерій прийняття



рішень [5].

У найближчі роки роль Big Data в стратегічному менеджменті зростатиме. Очікується, що інтеграція аналітичних платформ у бізнес-процеси стане стандартом для компаній середнього і великого розміру. Автоматизація обробки даних, розвиток алгоритмів прогнозування та штучного інтелекту дозволить менеджерам приймати швидші та обґрунтовані рішення у складних умовах ринку. Зросте значення персоналізованої аналітики, що допоможе компаніям адаптувати стратегії до конкретних сегментів клієнтів та ринкових умов. Водночас критичною залишатиметься кібербезпека, контроль якості даних та розвиток цифрових компетенцій персоналу [2]. Підприємства, які вчасно адаптуються до цих технологічних змін, отримають значну конкурентну перевагу, підвищать ефективність управління та зможуть швидко реагувати на економічні й соціальні виклики.

Таким чином, Big Data та аналітика стають невід’ємними інструментами стратегічного менеджменту. Вони забезпечують глибоке розуміння бізнес-процесів, дозволяють прогнозувати тенденції, оцінювати ризики та формувати обґрунтовані стратегії розвитку. Успішна інтеграція аналітики великих даних у систему управління потребує розвитку технологічної інфраструктури, компетентності персоналу та контролю якості даних, що створює основу для стійкого та ефективного розвитку підприємств у сучасному економічному середовищі.

Список використаних джерел:

1. Отенко В. І., Гаміє А. М. Інструментальні засоби прийняття стратегічних рішень у бізнес-організаціях. *Бізнес Інформ*. 2020. № 12. С. 417-422. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2020-12_0-pages-417_422.pdf.
2. Shebanina O., Burkovska A., Poltorak A., Burkovska A., Petrenko V. Management of the Informational Potential of Eco-Hotels in the Conditions of Sustainable Development of Hospitality and Tourist Destinations Based on Agricultural Enterprises in Ukraine. *Modern Economics*. 2023. 41(2023), 147-155. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V41\(2023\)-21](https://doi.org/10.31521/modecon.V41(2023)-21).
3. Артющок В. Методи та моделі стратегічного аналізу у системі бізнес-планування. *Економіка та суспільство*, 2022. № 44. С. 44-61. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-61>.
4. Burkovska A., Burkovska A. Semantic approach to food marketing: the influence of sustainable development narratives on the Ukrainian market. *Agricultural and Resource Economics*. 2025. Vol.11. No.1. Pp.317–347. <https://doi.org/10.51599/are.2025.11.01.12>.
5. Маковецька І. М., Байдін М. В., Король В. О. Удосконалення інструментів стратегічного аналізу в управлінні підприємством. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2022. № 3-4. С. 67-71 URL: <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2730/2623>.

