

Таким чином, існує різноманітний набір інструментів, які використовуються на різних етапах стратегічного управління компанією. Зокрема, ключові інструменти охоплюють модель М. Портера, аналіз PEST, матрицю BCG, модель McKinsey-GE, SWOT-аналіз, систему збалансованих показників, економіко-математичні методології. Кожен із цих інструментів має свої сильні та слабкі сторони. Щоб оптимізувати їхню ефективність, необхідно інтегрувати різні набори інструментів, що дозволяє приймати обґрунтовані та обґрунтовані управлінські рішення. Сфера науки про управління наголошує на використанні конкретних інструментів на окремих етапах стратегічного управління підприємствами.

Список використаних джерел:

1. Міщук Ю., Артеменко Л.П. Збалансована система показників промислового підприємства як інструмент виходу з кризи. *Теорія та практика менеджменту*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. 2016. С. 158-159.
2. Романенко О.О. Аналіз сучасних методів та інструментів стратегічного управління підприємствами. *Економічний нобелівський вісник*. 2015. № 1. С. 93-99.
3. Свірідова С.С., Толстова С.А. Сучасні інструменти стратегічного управління сільськогосподарськими підприємствами. *Економіка: реалії часу*. 2017. № 2 (30). С. 109-116.
4. Гринько Т.В., Кащіна К.С. Формування та впровадження системи стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства в сучасних умовах господарювання. *Економіка та підприємництво*: зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана»; Київ: КНЕУ, 2019. № 43. С. 104-114.
5. Гринько Т.В., Гвініашвілі Т.З., Алещенко В.І. Стратегічне управління як елемент організаційно-економічного механізму забезпечення економічної стійкості підприємства. *Економіка та держава*. 2021. № 12. С. 30-34

Фоменко О. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

РОЗВИТОК БІЗНЕС-АНАЛІТИКИ У СТРАТЕГІЧНОМУ ПЛАНУВАННІ

Сучасна економіка більше не базується на природних ресурсах. На зміну їм приходять інтелектуальні. Інтелектуальний капітал – так звані приховані активи – виявляється настільки ж важливим, як і фінансовий капітал для досягнення цілей підприємства [1]. Він дозволяє краще оцінити здатність підприємства генерувати потенційний прибуток, ніж традиційні стандарти. Звідси численні пропозиції

щодо застосування більш адекватних систем вимірювання потенціалу підприємства в епоху економіки, заснованої на знаннях [5]. Це проявляється спробах включити інтелектуальний капітал до балансу підприємства. Розмір, розвиток і позиція організації на ринку визначаються не тільки фінансовим і матеріальним капіталом, але й інтелектуальним, під яким розуміють якість знань, їх обсяг і внесок у ринкову пропозицію. Знання застосовуються у всіх ключових бізнес-процесах. Вони є необхідною умовою для розвитку бізнесу, а також для того, щоб він був конкурентоспроможним.

Знання на підприємстві можуть походити з багатьох різних джерел. Це інформаційні системи, внутрішня документація, преса, звіти, вітчизняна та зарубіжна статистика, Інтернет, корпоративні бази даних, клієнти, постачальники або ділові партнери. Знання працівників є унікальним джерелом інформації. Вони є результатом їхнього досвіду та інтуїції.

Конкурентна перевага підприємства залежить від двох факторів: доступу до адекватної та надійної інформації за короткий проміжок часу та високої вибірковості у створенні та використанні інформації [2]. Таким чином, пошук ефективних інструментів для створення, агрегування та обміну знаннями на підприємстві стає ключовим завданням менеджменту. У цій ситуації інформаційні системи відіграють значну роль. Однак практика показує, що, незважаючи на розвинену інформаційно-технологічну інфраструктуру, рівень задоволеності від наданої інформації є відносно низьким. Часто відсутній зв'язок між згенерованою інформацією та звітами і стратегією, яку реалізує підприємство. Системи бізнес-аналітики (BI) є комплексним рішенням, яке дозволяє задовольнити такі потреби. Вони є елементами, які заповнюють інформаційну прогалину переважно у сфері стратегічного та фінансового аналізу, аналізу очікувань клієнтів, аналізу підприємства та конкретного ринку.

Бізнес-аналітика – важлива частина інформаційно-аналітичного забезпечення стратегічного планування на підприємстві. На сьогоднішній день BI є одним з напрямків інформаційних технологій, що швидко розвиваються. Передбачається, що в майбутньому BI-системи, пов'язані з CRM-системами та ERP-системами та інтеграцією штучного інтелекту забезпечать підприємству конкурентну перевагу.

Практичні застосування та реальні приклади бізнес-аналітики на основі штучного інтелекту докорінно змінила підхід організацій до прийняття рішень, розв'язання проблем і стратегічного планування [2].

ВІ – це набір концепцій, методів і процесів, які спрямовані не лише на покращення бізнес-рішень, але й на підтримку реалізації стратегії підприємства. Основні завдання, які повинні вирішувати системи ВІ, включають інтелектуальне дослідження, інтеграцію, агрегування та багатовимірний аналіз даних, що походять з різних інформаційних ресурсів. Системи стандарту ВІ об'єднують дані з внутрішніх інформаційних систем організації та інтегрують дані, що надходять із зовнішнього середовища, наприклад, зі статистики, фінансових та інвестиційних порталів і різних баз даних. Вони призначені для надання адекватної та надійної актуальної інформації про різні аспекти діяльності підприємства.

Системи стандарту ВІ слід аналізувати з урахуванням усіх переваг, які може принести їх впровадження на підприємстві. Практичні приклади показують, що ВІ може бути використана для стратегічного планування. Вона включає в себе, перш за все – моделювання різних варіантів розвитку організації, інформування про реалізацію стратегії, місії, цілей і завдань підприємства. Також до переваг можна віднести контролінг та управлінський облік, зокрема аналіз фактичних витрат і фінансових потоків. Завдяки рішенням, які виконують всі вищезгадані функції, управління підприємством набуває нової якості [3]. Спочатку ці системи були розроблені для описової аналітики. Тобто узагальненні та інтерпретації історичних даних для виявлення закономірностей і тенденцій. Однак з появою штучного інтелекту відбулася зміна парадигми в бік моделей, керованих даними та дозволила більш ефективно застосовувати предиктивну аналітику. Предиктивна аналітика використовує історичні дані, статистичні алгоритми та методи машинного навчання для визначення ймовірності та шляхів досягнення майбутніх результатів [4]. Це просунута форма аналізу даних, яка не тільки передбачає, що і коли станеться, але й пропонує варіанти рішень, щоб скористатися перевагами прогнозів.

Цей зсув дозволяє бізнесу використовувати алгоритми штучного інтелекту для прогнозного моделювання, оцінки ризиків і систем підтримки прийняття рішень. Інтеграція штучного інтелекту в експертні системи підвищила їхню точність і розширила сферу застосування в різних бізнес-функціях.

Можна підсумувати, що ВІ-системи – це лише один з інструментів які дають шанс для ефективного стратегічного управління підприємством. Однак вони вимагають високої ділової, інформаційної та організаційної культури від аналітиків, розробників і користувачів, щоб отримати достовірні дані та прогнози. Вміння ідентифікувати, моделювати та обмінюватися знаннями – це лише деякі фактори, які визначають правильне впровадження та використання ВІ-систем з додаванням штучного інтелекту для вирішення задач стратегічного планування.

Список використаних джерел:

1. Morgan Kaufmann. Knowledge Management in the Learning Society. (2002). OECD.
2. Engineering Science & Technology Journal. URL: <https://www.fepbl.com/index.php/estj/article/view/616>.
3. Sharma, K., Shetty, A., Jain, A., & Dhanare, R.K. (2021). A Comparative Analysis on Various Business Intelligence (BI), Data Science and Data Analytics Tools. In 2021 *International Conference on Computer Communication and Informatics (ICCCI)* URL: <https://ieeexplore.ieee.org/document/9945429>.
4. Singh, A., Dwivedi, A., Dubey, S., & Lakhmani, V. (2023, March). Integrating Machine Learning in Business Decision Making: Application and Future directions. In 2023 *International Conference on Computational Intelligence and Knowledge Economy (ICCIKE)* P. 397-401. URL: <https://ieeexplore.ieee.org/document/10131790>.
5. Grynko T., Shevchenko T., Pavlov R., Shevchenko V., Pawliszczy D. The impact of collaboration strategy in the field of innovation on the effectiveness of organizational structure of healthcare institutions. *Knowledge and Performance Management*. 2020. Vol. 4, № 1. P. 37-51. [http://dx.doi.org/10.21511/kpm.04\(1\).2020.04](http://dx.doi.org/10.21511/kpm.04(1).2020.04).

Чуприна О. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ЦІНОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА В КРИЗОВИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Цінова політика підприємства – це стратегічне управління цінами на продукцію або послуги, яке визначається підприємством для досягнення своїх цілей та завдань. Ця політика включає в себе визначення цінових рівнів, стратегій фіксації цін, управління знижками та промоакціями, а також реагування на зміни на ринку і в економічному середовищі. Питанням цінової політики, цін та ціноутворення в різноманітних аспектах займалися різні вчені, зокрема