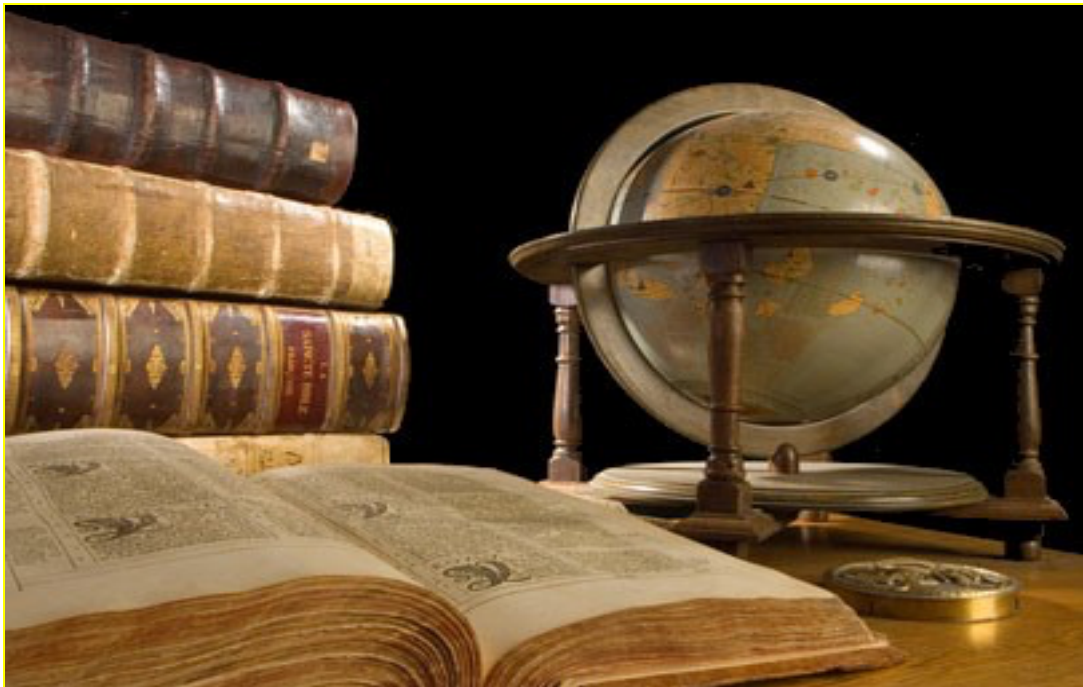


Міністерство освіти і науки України
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського
Europejska Wyższa Szkoła Biznesu (Poznań, Polska)
Wyższa Szkoła Zarządzania Ochroną Pracy w
Katowicach (Katowice, Polska)
Wisdom University College (Tirana, Albania)

VI МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ



СТРАТЕГІЇ ТА ІННОВАЦІЇ: АКТУАЛЬНІ УПРАВЛІНСЬКІ ПРАКТИКИ

23 квітня 2021 р.

м. Кривий Ріг

УДК 005.1(005.21+001.895)(043.2)

СТРАТЕГІЇ ТА ІННОВАЦІЇ: АКТУАЛЬНІ УПРАВЛІНСЬКІ ПРАКТИКИ: матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції (23 квітня 2021 року). – Кривий Ріг: Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, 2021. 359 с.
ISBN 978-966-385-366-6

Збірник розраховано на наукових та науково-педагогічних працівників закладів вищої освіти і наукових установ, аспірантів і студентів, практичних працівників і широку читацьку аудиторію.

Голова оргкомітету конференції:

Чернега О.Б. – д.е.н., професор, в.о. ректора Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган- Барановського.

Члени оргкомітету конференції:

Никифоров Р.П. – к.т.н., доцент, перший проректор Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган- Барановського;

Кожухова Т.В. – д.е.н., доцент, проректор з науково-педагогічної роботи, міжнародних зв'язків та розвитку Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган- Барановського;

Бочарова Ю.Г. – д.е.н., доцент, завідувач кафедри економіки та міжнародних економічних відносин Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган- Барановського;

Горіна Г.О. – д.е.н., доцент, завідувач кафедри туризму та країнознавства Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган- Барановського;

Шендригоренко М.Т. – к.е.н., доцент, завідувач кафедри фінансів, обліку та оподаткування Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган- Барановського;

Іванова Н.С. – д.е.н., доцент, завідувач кафедри маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган- Барановського;

Остапенко С.А. – к.п.н., доцент, завідувач кафедри іноземної філології, українознавства та соціально-правових дисциплін Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган- Барановського;

Ніколайчук О.А. – к.е.н., доцент, завідувач кафедри технологій в ресторанному господарстві, готельно-ресторанної справи та підприємництва Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган- Барановського.

Координатор конференції:

Янковський В.А. – Голова Ради молодих вчених Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського.

Матеріали друкуються мовою оригіналу. Погляди, висловлені в публікаціях, є позицією авторів. Повну відповідальність за достовірність та якість поданого матеріалу несуть учасники конференції та їх наукові керівники.

ISBN 978-966-385-366-6

© ДонНУЕТ
імені Михайла Туган-Барановського, 2021
© Автори тез, 2021

Матвійчук Л.О.	326
СТРАХУВАННЯ РИЗИКІВ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ	
Нієто Гомес С.В.	328
ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТАНЦЮВАЛЬНОЇ СТУДІЇ DAN DANCE COMPLEX	
Ніколайчук О.А., Бондаренко К.В., Герасименко К.О.	330
СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ЗАКЛАДІВ УКРАЇНИ	
Околович В.С.	332
МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ПЕРСОНАЛУ	
Павлова В.А., Карда Д.П.	335
ОБҐРУНТУВАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	
Папіян К.Р.	337
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИРОБНИЦТВА І РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ	
Полудень В.В.	339
ТЕОРЕТИЧНА СУТНІСТЬ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	
Пятачук А.С.	342
ПРАВОВІ АСПЕКТИ БЮДЖЕТНОГО ОБЛІКУ ТА ЗВІТНОСТІ	
Сизоненко Ю.С., Нижник І.М.	345
ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФІНАНСОВУ СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА	
Тарасенко Г.В.	348
ШЛЯХИ ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	
Тохтамиш Т.О.	350
НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА	
Фартушна Д.О.	353
СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ МАРКЕТИНГУ У МЕХАНІЗМІ УПРАВЛІННЯМ ПІДПРИЄМСТВОМ	
Чміль Г.Л.	356
МОДЕРНІЗАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	

3. Гришунін О.В. Муніципальний маркетинг в системі управління торговельною сферою державних структур. *Гуманітарний журнал*. 2009. №3-4. С. 106-112.

4. Зозулев А.В., Полторак К.А. Краудмаркетинг как современный подход к управлению маркетинговой деятельностью предприятия. *Маркетинг и реклама*. 2014. №4. С. 46-52.

Чміль Г.Л.,

к.е.н., доцент,

доцент кафедри маркетингу і комерційної діяльності
Харківський державний університет харчування та торгівлі

МОДЕРНІЗАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Активною сферою підприємницької діяльності в інформаційному суспільстві виступає торгівля, яка перебуває в останній час у фазі технологічної трансформації під впливом концепції «Індустрія 4.0» та кардинально змінює свої взаємовідносини зі стейкхолдерами в процесі здійснення операційної діяльності [1-4]. Інтенсифікація процесів торговельної діяльності в умовах цифрової трансформації здійснює завдяки моделюванню інформаційно-технологічної інфраструктури та імплементації в організаційно-технологічну структуру суб'єкту господарювання інноваційних технологій Індустрії 4.0.

Під інформаційно-технологічною інфраструктурою розуміють «сукупність інституцій та інформаційно-аналітичних ресурсів для формування відповідних потреб у розвитку нових технологій, створення, розвитку і комерціалізації технологій (нововведення) для забезпечення безперебійного й результативного функціонування технологічного процесу й формування новітнього технологічного базису торговельних підприємств» [5].

Першочерговим етапом в організації діяльності торговельного підприємства є процес постачання, який систематично забезпечує фізичне переміщення великої кількості різних видів товару від підприємства-постачальника до місць їх збереження суб'єктом споживання у визначеному діапазоні часу, в поєднанні з логістичними заходами та діями. Відомо, що логістичний процес постачання пов'язаний з формуванням великих масивів даних, що потребують обробки, систематизації та аналізу з метою візуалізації та обґрунтування рішень.

Модернізувати цей процес можливо сьогодні при використанні драйверу Індустрії 4.0 BigData (Великі дані), організаційно-технологічні нюанси якого визначаються:

– етапністю дій щодо виявлення, обробки неоднорідних та неструктурованих даних, їх перетворення на інформацію для аналізу, моделювання, прогнозування, вирішення бізнес-проблем;

– способом та джерелом видобування даних, а саме: при використанні датчиків WiFi, радіочастотної ідентифікації, інформаційних хабів в мережі Інтернет, системи банківських транзакцій, дисконтних карток;

– режимом оброблення даних, а саме: режим пакетного оброблення даних чи режим оброблення даних з реального часу, часу розподілу.

Тобто, обробка даних за процесом логістики постачання товарів з використанням BigData відкриває нові можливості в дослідженні та виборі ринку в регіонах, моніторингу цін та прийняття рішень щодо вибору постачальника, плануванні ресурсів підприємства, оптимізації замовлень та їх повтору, контролю параметрів якості, кількості, форми та періоду поставки товарних запасів, оптимізації облікового процесу транспортно-заготівельних витрат, проектуванні ланцюга поставок та взаємодії постачальників з торговельними підприємствами.

Саме аналітика BigData вирішує питання «об'єднання даних із різних джерел, очистки даних, виявлення випадкових значень, не властивих аналізованому процесу, заповнення невідомих даних найбільш ймовірними значеннями, завантаження та робота з даними у хмарних сервісах, різного роду агрегація даних тощо» [6]. Водночас, BigData дозволяє побудувати інфраструктуру великих масивів даних за процесом постачання не тільки для проведення їх аналізу за допомогою Google Analytics, але й для організації інтелектуального аналізу даних (DM, datamining) в режимі реального часу з метою прогнозування нових даних в наслідок постійних змін на ринку споживання та зниження можливих ризиків в ланцюзі поставок. Окрім того, технологія Bigdata є перспективною і для аналітики даних за процесом зберігання та реалізації товарів, та надає можливість ритейлерам використовувати:

1) в процесі організації інвентаризації – для контролю за збереження товарів в місцях їх знаходження та в частині асортиментних груп;

2) в процесі маркетингової діяльності – для сегментації аудиторії покупців (за віком, бюджетом, геолокацією), аналізу ринку та його сегментації, прогнозування продажів усього асортименту товарів та окремих його видів; сегментація каналів комунікації з покупцями, активації реклами для покупців, що знаходяться в пошуку товарів через директ-контентів;

3) в процесі логістичної діяльності – для сегментації каналів збуту товарів (магазин, пошта, кур'єрська служба, маркетплейси, соціальні мережі), оптимізації логістичних витрат.

Викладене доводить, що важливою складовою сучасних трансформацій в організації діяльності підприємств торгівлі, в тому числі електронної торгівлі, є реалізація базових положень концепції «Індустрія 4.0», які з урахуванням галузевого аспекту трансформуються в «Торгівлю 4.0» для побудови ритейлерами інформаційно-технологічного забезпечення управління процесами, ресурсами, об'єктами в режимі реального часу для своєчасного прийняття рішень. Використання інформаційно-комунікаційної технології BigData (Великі дані) дозволяє розвивати інноваційну діяльність в логістиці та маркетингу та надає широкі можливості для забезпечення омніканальності і розбудови

системи управління товарними запасами й їх реалізацією.

Література:

1. Чміль Г.Л. Трансформація поведінки економічних суб'єктів споживчого ринку в умовах цифровізації. *Сучасні реалії фінансово-економічного розвитку регіонів, галузей, підприємств, бізнесу*: монографія за ред. Л.М. Савчук, Л.М. Бандоріної. Дніпро: Пороги, 2020. С. 374-383.
2. Chmil H. Digitalization as a behaviour transformation tool of consumer market economic entities. *Majesty Of Marketing* : XVI International scientific and practical conference for students and young scientists, Dnipro, 10 December 2020. Dnipro: National Technical University Dnipro Polytechnic, 2020. pp. 40-41.
3. Savytska N., Chmil H., Hrabylnikova O., Pushkina O., Vakulich M. Behavioral Models for Ensuring the Security of Functioning and Organizational Sustainability of the Enterprise. *Journal of Security & Sustainability Issues*. 2019. Vol. 9. No. 1. pp. 63-76. [http://doi.org/10.9770/jssi.2019.9.1\(6\)](http://doi.org/10.9770/jssi.2019.9.1(6))
4. Chmil H. Stages and configurators of the consumer market economic entities behavior digital transformation. *Sustainable Development: Modern Theories and Best Practices* : materials of the monthly International scientific and practical conference, Tallinn, 24-26 February 2021. Tallinn: Teadmus OÜ, 2021. pp. 8-9.
5. Федулова Л. Інформаційно-технологічна інфраструктура рітейлу. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2017. № 4. С. 21-42.
6. Самойленко Л. Б. Можливості та проблеми застосування технологій bigdata вітчизняними компаніями. *Ефективна економіка*. 2018. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6066>.

Наукове видання

**VI МІЖНАРОДНА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
«СТРАТЕГІЇ ТА ІННОВАЦІЇ: АКТУАЛЬНІ
УПРАВЛІНСЬКІ ПРАКТИКИ»**

(Збірник тез доповідей)

Формат 60×84/8. Ум. др. арк. 21,5.

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського
50042, Дніпропетровська обл.,
м. Кривий Ріг, вул. Курчатова, 13.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 4929 від 07.07.2015 р