

Штучний інтелект відіграє дедалі більш помітну роль в управлінні ризиками підприємства. Елементи штучного інтелекту можна використовувати для створення складних інструментів аналізу його поведінки й діяльності в режимі реального часу. Така технологія дозволяє пристосовуватися підприємству до змін у середовищі і тому розширює моніторинговий потенціал підприємства в таких сферах, як дотримання регуляторних норм і корпоративне управління. Вона може бути не тільки системою раннього попередження, але й системою раннього навчання, що запобігає втіленню загроз.

Попри всі переваги штучний інтелект також є джерелом нових ризиків, якими треба управляти. Тому важливо визначати ці ризики, що стосуються кожної окремої програми й кожного бізнес-підрозділу, який використовує цю технологію. Деякі з ризиків, що пов'язані з використанням самого штучного інтелекту – це: упередженість алгоритмів; перебільшення можливостей штучного інтелекту; програмні помилки; ризик кібератак; репутаційні ризики.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПРОДОВОЛЬЧОГО РИТЕЙЛУ В УКРАЇНІ

Мануєнкова О.О., гр. БАЗ-49м

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **С.О. Зубков**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Ринок продовольчого ритейлу в Україні поступово зростає. За 2019 рік роздрібний товарообіг підприємств роздрібної торгівлі України збільшився на 19% в порівнянні з 2018 роком, до 795,2 млрд грн. Індекс фізичного обсягу роздрібного товарообороту за той же період склав 111,6%. Згідно з експертними очікуваннями, позитивний тренд у найближчий період на ринку збережеться. Подальший розвиток ринку продовольчого ритейлу буде зумовлений такими чинниками:

– поступове зростання ринку, що намітилося після падіння у 2014–2016 рр.;

– зростання номінальної заробітної плати зайнятих, що стимулює споживання;

– технологічні інновації, що дозволяють: більш ефективно аналізувати й розуміти свого споживача (наприклад, за рахунок використання big data) і, як наслідок, більш якісно задовольняти його потреби; формувати адресну комунікацію зі споживачем, підвищуючи функціональні й емоційні зв'язки з ритейлером і брендами;

– трансформація споживчої поведінки, що зумовлює потребу в нових форматах традиційної роздрібною торгівлі (дискаунтери, магазини біля дому, преміальні/нішеві магазини);

– поступовий розвиток онлайн-каналу продажів у сегменті;

– нерівномірність конкуренції на ринку, наявність регіонів із досить низьким рівнем конкуренції.

Серед чинників, що стримуватимуть розвиток розвитку продовольчої торгівлі слід відзначити:

– нестабільний соціально-політичний та економічний стан у країні;

– низька купівельна спроможність значної частини населення;

– доволі висока конкуренція серед ключових гравців ринку – мережових ритейлерів, які мають високий рівень впізнаваності та прихильності споживачів;

– ослаблення ефективності традиційних цінових способів залучення й утримання споживача (бонуси і знижки), потреба в розробці більш складних інструментів і механік формування споживчої лояльності.

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ГАЛУЗІ

Марченко Д.В., гр. БА3-49м

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Г.А. Синицина**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Сучасний етап функціонування підприємств харчової промисловості України вирізняється рядом особливостей, що обумовлює їх конкурентоспроможність. Необхідність впровадження заходів, спрямованих на подолання високого рівня волатильності цін, розробку дієвих державних інструментів та дій по забезпеченню сталого розвитку галузі, обумовлюють актуальність теми дослідження.

Основним первинним сировинним ресурсом для підприємств харчової промисловості є сільськогосподарська продукція: її якість, екологічність, доступність та достатність впливає на собівартість продовольчих товарів, масштаби їх виробництва та споживчі властивості товарів.

Слід також відзначити високий ступінь дезінтеграції на ринку харчової продукції, спричинений значно нижчим за світовий рівнем кластеризації підприємств галузі, що пов'язано зі значною територіальною розосередженістю виробників харчової продукції, а також недостатнім використанням інших мережових моделей