

## ВИКОРИСТАННЯ МОДЕЛІ БІЗНЕС-АНАЛІТИКИ З ОЦІНКИ УПРАВЛІНСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ

*Н.О. Соколова<sup>1</sup>, О.А. Сергієнко<sup>2</sup>*

<sup>1</sup> здобувач вищої освіти 3-го рівня кафедри підприємництва, торгівлі і логістики, НТУ «ХПІ», м. Харків, Україна

<sup>2</sup> професор кафедри підприємництва, торгівлі і логістики, НТУ «ХПІ», м. Харків, Україна

*natalysokolova78916091@gmail.com*

Бізнес-аналітика в тому вигляді, в якому вона існує зараз в Україні, більше не може задовольняти запити бізнесу через зростання великої кількості даних (Big Data), які вже не можуть бути оброблені без автоматизації. Першими з цією проблемою зіткнулися компанії, які через специфіку своєї діяльності генерують велику кількість даних (банки, ритейл, FMCG, логістика, IT, страхові компанії). До цього списку можна віднести і компанії, які зібрали величезну кількість інформації за час своєї багаторічної присутності на ринку (будівництво, агробізнес, фармацевтична галузь). Зібрана інформація зазвичай зберігається в різних джерелах і важко піддається аналізу та обробці звичними засобами, такими як 1С, Excel і Google Docs.

Фактори, що впливають на управлінський потенціал підприємства електронної торгівлі, визначають певні вихідні параметри. У нашому випадку такими параметрами є:

$M[\tilde{T}]$  – математичне сподівання часу, який витрачається під час вирішення певного завдання;

TR – час виконання завдання, що визначений нормативними документами;

K – коефіцієнт, що дозволяє врахувати вплив на систему управління різних факторів, а саме, рівня укомплектованості персоналом їх рівень підготовки, забезпеченість відповідними засобами обробки інформації та програмним забезпеченням;

AB – імовірність освоєння фонду технічної та сервісної підтримки, виходячи з виробничих можливостей існуючих спеціалістів з ремонту  $\approx 0,3$ .

При вивченні результатів проведених досліджень можна відмітити, що найбільш доцільним способом підвищення ефективності управління якістю обслуговування клієнтів є формування бізнес-аналітики в системі управління електронним бізнесом. На рис. 1 представлена модель бізнес-аналітики в системі управління електронним бізнесом.

Такий підхід надає можливість впровадження системи бізнес-аналітики повністю змінює концепцію управління підприємства електронного бізнесу: як правило, більшість бізнес-керівництв дає рекомендації щодо вирішення кризових ситуацій, у той час як запровадження комплексної аналітичної платформи Microsoft Power BI об'єднає, систематизує та впорядкує всю управлінську та аналітичну звітність підприємства дозволить автоматизувати аналіз та візуалізацію даних з різних джерел (1С, внутрішні та зовнішні бази даних, Excel, Google Docs, будь-які інші джерела), а значить, дозволить вести online-моніторинг змін даних та своєчасно (заздалегідь) реагувати на негативні тенденції.

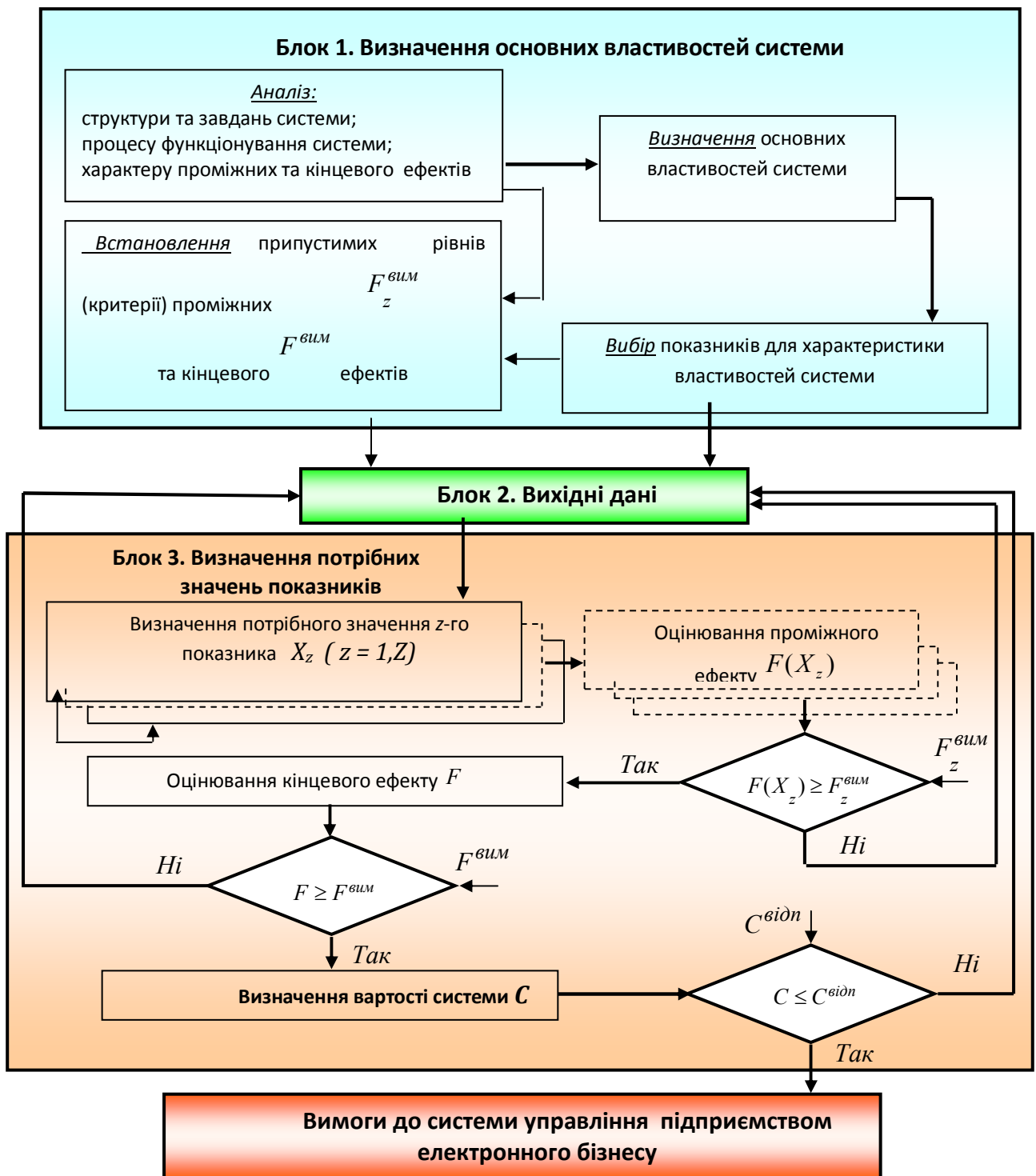


Рис. 1 - Модель бізнес-аналітики в системі управління підприємством електронного бізнесу

**Список літератури:**

1. Сергієнко О.А., Шапран О.Є., Соснов І.І. Методи і моделі аналізу ефективності систем електронної комерції. Бізнес Інформ. 2019.№ 11.С.140-149.
2. Карпунь О.В., Янчик О.Г. Концептуальні засади інтегрованого управління якістю транспортних послуг логістичного провайдера «Вісник НТУ «ХП». Серія: Машинознавство та САПР» № 2 – X., 2020. С. 58-66
3. Чухрай Н., Гірна О. Формування ланцюга поставок: питання теорії та практики. Монографія. – Львів: «Інтелект-Захід», 2007. – 232 с.