

Гарвардська школа бізнесу (HBS) також приділила увагу дослідженню життєвого циклу даних. Відповідно до їх дослідження виділено 8 етапів життєвого циклу даних: генерація, збір, обробка, зберігання, управління, аналіз, візуалізація, інтерпретація. Дослідники із Гарвардської школи бізнесу наголошують, що можна виділяти інші етапи, такі як створення, зберігання, використання, архівування та видалення [4]. Вважаємо, що доцільно згрупувати етапи аналізу, візуалізації та інтерпретації в етап використання, вони більш пов'язані з процесом аналізу даних. Але дослідження Гарвардської школи бізнесу сконцентроване саме на даних для наукових досліджень, тому візуалізація та інтерпретація даних відокремлені.

Варто зазначити, що не всі дані мають обов'язково проходити кожний етап життєвого циклу, саме тому визначення потреб та їх обґрунтування є вкрай важливим. Окремі етапи життєвого циклу даних можуть відрізнятися залежно від специфіки функціонування підприємства, особливостей сфери діяльності тощо.

Отже, дані є важливою та невід'ємною частиною діяльності будь-якого підприємства. Визначення та дослідження життєвого циклу даних дозволяє побудувати ефективну систему інформаційно-аналітичного забезпечення управління на підприємстві, підтримуючи гнучкість та інноваційність підходу до прийняття управлінських рішень на основі даних.

Література

1. Kirvan P. *What is a data lifecycle?* / WhatIs : website. URL: <https://www.techtarget.com/whatis/definition/data-life-cycle> (access date: 15.03.2023).
2. *Data Lifecycle*. The U.S. Geological Survey (USGS). URL: <https://www.usgs.gov/data-management/data-lifecycle> (access date: 15.03.2023).
3. Raju P., Nathan B. *The Data Life Cycle* / Strategic Finance Magazine : website. URL: <https://sfmagazine.com/articles/2018/july/the-data-life-cycle> (access date: 15.03.2023).
4. Stobierski T. *8 Steps in the data life cycle*. Harvard Business School Online. URL: <https://online.hbs.edu/blog/post/data-life-cycle> (access date: 15.03.2023).

УДК 316.774:339.16.012.23

Кошельок Галина Володимирівна

*д. е. н., доцент, професор кафедри економіки підприємства
та організації підприємницької діяльності,
Одеський національний економічний університет (Україна)*

Жамбей Тетяна Віталіївна

*аспірантка кафедри економіки підприємства
та організації підприємницької діяльності,
Одеський національний економічний університет (Україна)*

ЯКІСНІ МЕТОДИ ОЦІНКИ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВА

JEL classification: M150

Інформація пронизує всі сфери нашого життя, у тому числі, й економічну. Вона циркулює у вигляді інформаційних потоків. Інформаційний потік можна визначити як засіб внутрішньої та зовнішньої комунікації компанії, який призначений для цілеспрямованого та організованого транспортування певного обсягу інформації та здійснюється через канали зв'язку розподілу даних від виробника до одержувача, а також для підтримки оперативної та якісної інформації бізнес-процесів [1, с. 42]. Як і кожне економічне явище, інформаційні потоки потребують дослідження для збільшення ефективності управління інформаційними потоками, ефективної організації, оптимізації тощо.

На даний час у науковій літературі розглянуто велику кількість методів та моделей оцінки інформаційних потоків. Така різноманітність підходів, методів, моделей пов'язана з дуже високою складністю завдання, яке постало перед дослідниками. Основна складність оцінки інформаційних потоків полягає в неможливості виразити отриманий ефект тільки у кількісному вираженні. Наявну сукупність методів можна класифікувати наступним чином [2, с. 33]: кількісні методи; якісні методи; соціологічні методи; бальні методи.

Найбільш розповсюдженими є якісні та кількісні методи. Кількісні методи пов'язані здебільшого з розрахунком відносних величин (індексів, коефіцієнтів), тобто ранжування факторів за критеріями та визначання виду інформації, яка має найбільше значення. Вони допомагають вирішити математичними методами питання організації, оптимізації інформаційних потоків. Однак у деяких кількісних методах використовують вагові коефіцієнти, визначені експертами, тому методика не позбавлена суб'єктивізму.

Якісні методи оцінювання переважно мають низький ступінь математичної формалізації і пов'язані з експертними оцінками. Вони не дають змоги використовувати оцінку інформаційних потоків в процесі аналізу, не вирізняються науковою суворістю, їм властива суб'єктивність і умовність. Утім, якісні методи достатньо гнучкі і дають змогу оцінити реальні факти, а не абстрактні цифри, якщо використовувати достовірну інформацію [3, с. 113]. В якості експертів можуть виступати як менеджери так і працівники підприємства. Для більш достовірної оцінки потрібно використовувати від п'ятох експертів, але це залежить від величини підприємства: чим більше працівників на підприємстві, тим більше потрібно експертів. Експерт, керуючись власним досвідом і професійним судженням, сформованим роками практики, може визначити яка саме інформація допомагає йому приймати управлінські рішення, яким чином інформація може бути структурована, з якою частотою потрібно оновлювати інформацію тощо. Якісні методи можуть бути своєрідною перевіркою кількісних методів в реальності, і якщо кількісні методи – це математичні моделі, то якісні методи враховують думку реальних людей і дозволяють відкоригувати деякі результати кількісних досліджень в умовах реальності. Тому, вважаємо, що важливо поєднувати кількісні та якісні методи для більш достовірної оцінки інформаційних потоків.

Література

1. Петросян В. Е. Формування системи управління інформаційними потоками на підприємстві. *Економіка і менеджмент 2022 : перспективи інтеграції та інноваційного розвитку* : зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф. (Дніпро, 11–12 квітня 2022 р.) : у 5 т. Т. 5 : Стратегічне управління та управління закладами охорони здоров'я в сучасних економічних умовах. Дніпро : Видавець Біла К. О., 2022. С. 42–43.
2. Рибачук Н. В., Журко Т. О., Сіденко Ю. В. Аналіз кількісних та якісних методів оцінки ефективності маркетингової діяльності. *Агросвіт*. 2016. № 6. С. 32–37.
3. Кваско А. В. Аналіз методів оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Наукові записки*. 2017. № 1 (54). С. 111–118.

УДК 338.436:339.562/564

Кошельок Галина Володимирівна
д. е. н., доцент, професор кафедри економіки підприємства та
організації підприємницької діяльності,
Одеської національний економічний університет (Україна)
Трикуліч Павло Павлович
аспірант кафедри економіки підприємства та
організації підприємницької діяльності,
Одеської національний економічний університет (Україна)

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ В ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМАХ ПІДПРИЄМСТВА

JEL classification: M210; O310

Штучний інтелект – це технологія, яка наразі вже присутня у нашому житті та є невід'ємною частиною майбутнього розвитку технологій. Використання цієї технології у логістичних системах стало актуальною темою останнього десятиліття. Оскільки компанії прагнуть оптимізувати свою діяльність і скоротити витрати, штучний інтелект став рішенням, яке обіцяє оптимізувати логістичний процес. Алгоритми штучного інтелекту мають здатність аналізувати величезні обсяги даних у режимі реального часу та надавати інформацію, яку можна використовувати для підвищення ефективності, зниження витрат і покращення загального досвіду клієнтів.

Однією із найбільш критичних функцій логістичних систем є оптимізація планування маршруту. Зазвичай планування маршруту виконується вручну, що може зайняти багато часу та бути