

страхових послуг. Для зниження ціни полісів і ризиків страховики можуть проводити комплексний аналіз різноманітних альтернативних джерел даних як на рівні окремого регіону, так і на рівні країни (новини, погода, курси валют та ін.). Важливим джерелом інформації також можуть слугувати різноманітні соціальні мережі. В даному випадку результатом використання Big Data може стати максимізація прибутку від залучення додаткових клієнтів, а також мінімізація ризиків щодо відшкодування збитків клієнтам-шахраям.

Пономаренко І.В., к.е.н., доцент,

Головач М.С., студент,

Київський національний університет технологій та дизайну

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ІНТЕРНЕТУ РЕЧЕЙ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

На сьогодні в світовій економічній спільноті склалося розуміння економічної динаміки як нерівномірного та невизначеного процесу еволюційного розвитку суспільного виробництва, що визначається цілою низкою факторів, які формуються під впливом якісних технологічних зсувів, значних проривів в науці та технологіях. Розвиток сучасних Інтернет-технологій є фактором появи Інтернету речей та четвертої промислової революції. Впровадження Інтернет-середовища у всі сфери життя людини потенційно може змінити багато навколишніх об'єктів, призвести до глобальних економічних, політичних і загальнолюдських трансформацій.

Прикладами роботи Інтернету речей в сучасних умовах на підприємствах є:

1. Високоточна система контролю пересування поїздів як під землею, так і на поверхні. Ця система забезпечує швидке та ефективне транспортне сполучення пасажирського та вантажного транспорту.

2. General Electric уже декілька років використовує концепцію Інтернету речей для спостереження за роботою їх реактивних двигунів.

Величезна кількість різноманітних спеціалізованих сенсорів збирає понад 14 гігабайт оперативних даних за один політ. Ця інформація аналізується дослідницьким підрозділом компанії для того, щоб оптимізувати і вдосконалити роботу двигунів. Така робота не тільки знижує вірогідність відмови двигуна, але й дозволяє подовжити його загальний термін служби і знизити витрати на ремонт та обслуговування.

Фахівці компанії Google вважають, що у недалекому майбутньому різноманітна техніка взаємодіятиме між собою, покращуючи якість повсякденного життя людей. Потенціал зазначеного ринку є дуже великим, а компанії, що працюють у даному напрямку, отримають величезні переваги порівняно з конкурентами. За прогнозами аналітиків MIT's Computer Science і Artificial Intelligence Laboratory впродовж десяти років з'являться певні гаджети, що дадуть можливість поєднувати реальність з віртуальним світом. Скоріш за все ці технології дозволятимуть сканувати будь-який об'єкт реального світу та отримувати про нього необхідну комплексну інформацію. Однією з технологій, що свідчать про можливості запровадження окреслених підходів, є Google Glass, яка потенційно може стати заміною сучасним смартфонам та використовуватиме безконтактний підхід введення даних.

Поряд з апаратним напрямом запровадження технологій слід звернути увагу на програмне забезпечення, яке дозволить проводити безперервний моніторинг показників здоров'я, навколишнього середовища, руху транспорту, витрат ресурсів та ін. Комплекс наведених програмних рішень сприятиме активізації спеціалізованого ринку з надання відповідних послуг. Проте, запровадження технологій штучного інтелекту пов'язане з ризиком заволодіння приватною інформацією зловмисниками, тому існує потреба у інтеграції в систему Інтернету речей комплексних рішень кібербезпеки, які базуватимуться на певних стандартах.

Інтернет речей буде розвиватись і поширюватись у майбутньому. Відбудуться значні зміни у стандартній моделі бізнесу, що склалася у ХХ ст., в першу чергу це стосується сфери фінансів, розваг, медіа та навчання. Також не

треба забувати, що без надійних прийомів інформаційної безпеки, які будуть запобігати новим загрозам Інтернет речей нормально існувати не зможе. Запровадження концепції Інтернету речей в Україні у відповідних видах економічної діяльності дозволить значно скоротити відставання у економічному розвитку від передових індустріально розвинених країн світу.

*Пономаренко І.В., к.е.н., доцент,
Київський національний університет технологій та дизайну*

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ ІМІТАЦІЙНОГО МОДЕЛЮВАННЯ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ

Маркетинг як явище представляє собою дуже складний процес, який має динамічний характер.

Існування значної конкуренції між виробниками товарів і послуг на глобальному та національних ринках вимагає при розробці дієвих маркетингових стратегій реалізації різноманітних ефективних інструментів.

Важливе місце серед цих інструментів посідає процес моделювання, який дозволяє на основі математичних методів та статистичного аналізу дослідити комплексні явища шляхом побудови ймовірнісних моделей взаємозв'язків між факторними та результативними ознаками процесів та явищ, що розглядаються.

Проте побудова математичних моделей при проведенні маркетингових досліджень вимагає вирішення наступних питань:

– При проведенні більшості маркетингових досліджень необхідно розглядати значну кількість взаємопов'язаних чинників з метою виокремлення найбільш значущих факторів впливу;

– Елемент невизначеності, який пов'язаний з діями конкурентів та інших неконтрольованих чинників, збільшує складність прийняття обґрунтованих маркетингових рішень;