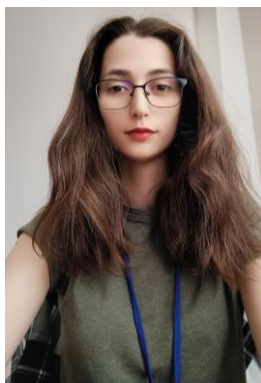




ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА ФІНАНСОВОГО
АНАЛІЗУ ТА АУДИТУ



ПП Балай Наталія Олексіївна

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5732-5186>

Google Scholar

<https://scholar.google.com/citations?user=ATM8xIAAAAJ&hl=uk>

n.balay@knute.edu.ua

Аспірантка ОНП “Облік і
оподаткування”

Рік вступу - 2021

Науковий керівник: д.е.н., проф.
Гордополов Володимир Юрійович

ТЕМА: DIGITAL-АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ

ГІПОТЕЗА

Генеральна гіпотеза дослідження полягає у тому, що застосування digital-аналізу дозволяє підвищити ефективність та якість даних отриманих при комплексному аналізі та їх впливу на діяльність підприємства в умовах глобальної диджиталізації економіки.

ЗАВДАННЯ

1. Дослідити сутність, принципи, компоненти та визначити імперативи digital-аналізу діяльності суб'єктів господарювання в умовах інформаційного суспільства.
2. Обґрунтувати місце і роль digital-аналізу в системі стратегічного управління підприємств сфери послуг
3. Визначити ключові тенденції розвитку ринку операторів поштово-логістичних послуг в умовах цифрової економіки
4. Дослідити розвиток електронної комерції та її вплив на операторів поштово-логістичних послуг.
5. Обґрунтувати відмінність digital-аналізу від web-аналітики та бі-аналітики.
6. Розробити організаційно-інформаційну модель digital-аналізу діяльності підприємств сфери послуг
7. Розробити методику digital-аналізу діяльності операторів поштово-логістичного зв'язку
8. Запропонувати процедури імплементації результатів digital-аналізу в систему інформаційного забезпечення управління підприємств сфери послуг
9. Визначити праксеологічні засади digital-аналізу діяльності підприємств сфери послуг
10. Обґрунтувати та апробувати методику компаративного digital-аналізу діяльності операторів поштово-логістичного зв'язку з використанням фінансової та нефінансової інформації
11. Визначити процедури digital-аналізу в забезпеченні ефективної діяльності підприємств сфери послуг.

МЕТА ДОСЛІДЖЕННЯ

Метою дисертації є розробка методологічно-організаційних засад digital-аналізу підприємств сфери послуг, а також обґрунтування необхідності проведення digital-аналізу в умовах інформаційного суспільства.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Для досягнення встановленої мети та розв'язання окреслених завдань у роботі використовувались різні методи наукового дослідження: порівняння, систематизації та узагальнення – для уточнення сутності й змісту понять; морфологічного аналізу – для уточнення понятійнокатегорійного апарату під час виконання роботи; групування – для виокремлення факторів класифікації етапів проведення digital-аналізу; кореляційно-регресійного аналізу – під час визначення взаємозв'язку між ключовими показниками при розрахунку ефективності діяльності підприємства в мережі Інтернет; експертних оцінок й емпіричного дослідження – під час визначення тенденції розвитку підприємств; порівняльного та статистичного аналізу – з метою вивчення діяльності підприємств; системного підходу – під час процесу оцінки впливу маркетингових комунікацій на діяльність підприємства та під час удосконалення методики digital-аналізу; структурно-логічного аналізу – для побудови моделі digital-аналізу підприємств сфери послуг; графічний – для наочного представлення теоретико-прикладного матеріалу роботи; аналізу і синтезу – для вивчення об'єкта і предмета дослідження.