

**Кашена Наталія Борисівна**

д.е.н., професор,  
завідувач кафедри обліку, аудиту та оподаткування  
Державний біотехнологічний університет, м. Харків.

## **КЛІЄНТСЬКА АНАЛІТИКА ЯК СКЛАДОВА ОБЛІКОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ**

*Анотація.* Доведено, що є цифрова трансформація економіки є активатором змін економічної активності та розвитку торговельних підприємств. Визначено етапи цифровізації економічної діяльності підприємств торгівлі та конфігуратори цього процесу. Ідентифіковано місце клієнтської аналітики у складі облікового забезпечення управління розвитком підприємств торгівлі.

*Ключові слова:* Цифровізація, економічна активність, підприємство торгівлі, управління, облікове забезпечення, клієнтська аналітика, розвиток.

Активатором змін економічної активності та розвитку торговельних підприємств є цифрова трансформація. Її рушійними силами виступають нові технології, нові бізнес-моделі та нові звички користувачів. Цифрова трансформація змінює традиційні засади ведення бізнесу і тим самим продукує безпрецедентні можливості для створення вартості та нових джерел прибутку, перш за все через: здешевлення запуску нових технологічних бізнесів; пришвидшення темпів поширення нових технологій; ефективну роботу з даними (insights) для прийняття управлінських рішень; гнучкість, зумовлену новими стилями роботи і фокусуванні на користувацьких потребах.

Цифрова трансформація діяльності торговельних підприємств відбувається поетапно:

- 1) визнання – розуміння суті цифрової трансформації, аналіз власних потреб та можливостей розвитку бізнесу;
- 2) планування – визначення стратегії цифрової трансформації, підбір інструментів, розробка планів та програм;
- 3) виконання – підбір команди, запуск інноваційних ініціатив та форматів активації відкритих інновацій.

Ефективність цифрової трансформації економічної активності та розвитку підприємств торгівлі визначається чіткою ідентифікацією конфігураторів змін. Ґрунтуючись на результатах попередніх досліджень [1-6] надається можливим визнати, що конфігураторами цифрової трансформації економічної активності та розвитку торговельних підприємств є: клієнтський сервіс (Customer Centricity), інновації (R&D), цінність (Value), партнерство і колаборація (Partner Centricity), робота з даними (Data Governance), HR-стратегія і культура.

На особливу увагу в контексті формування облікового забезпечення управління економічною активністю та розвитком підприємств торгівлі заслуговує клієнтська аналітика. Вона дозволяє розробити рішення щодо залучення, утримання і розвитку цільової аудиторії, і тим самим сприяє збільшенню виручки і прибутку від реалізації товарів. Результатом аналітики можуть бути як вивчення поточного стану клієнтської бази, так і опрацювання окремих гіпотез, аналітичних моделей, сегментації, оцінки показника LTV, які допомагають спостерігати за статусом клієнтів і принесеного ними прибутку, прогнозувати їх поведінку в майбутньому. При цьому основний результат – визначення якісного портрета клієнта задля розуміння того, як залучати й утримувати покупців, сегментувати аудиторію і працювати з нею.

Залежно від розміру підприємства та зрілості клієнтської аналітики, можна переходити від простих до більш складних рішень, виходячи з мети:

- збір і зберігання, накопичення історичних даних – від маленьких БД до повноцінних DWH рішень, які забезпечують точність і повноту даних, стабільність роботи, швидкість доступу;

- управління взаємовідносинами з окремими клієнтами і лідами – системи operational CRM, які дозволяють вести історію активності клієнта, зв'язуватися з ним тощо. Це можуть бути як хмарні рішення, зручні для малого бізнесу, зокрема Salesforce, так і enterprise-варіанти для великого бізнесу, такі як Microsoft Dynamics або Oracle Siebel;

- аналітика клієнтів і їх транзакцій, виділення сегментів на підставі агрегованих даних і OLAP кубів – analytical CRM. Це не обов'язково окрема система, для малого бізнесу її може замінити Excel або Python, однак при зростанні масштабів бізнесу доцільніше впроваджувати системи, що автоматизують ручні операції – наприклад, рішення від SAS, Teradata, SAP, HCL;

- предективні моделі – прогнозування зміни клієнтського поведінки на підставі історії взаємин з клієнтом: від його транзакцій до відгуків на акції і комунікації. Реалізація можлива на будь-якому доступному інструменті, відповідає вимогам – від Python до SAS EM, з можливістю подальшої оптимізації в SAS MO;

- автоматизація та візуалізація даних – BI, business intelligence системи для того щоб було наочно, швидко, інтерпретовано, доступно для всіх бізнес-користувачів – як з технічної точки зору (банальна наявність акаунту у всіх користувачів), так і з позиції зрозумілості результату [7].

Викладене доводить, що цифрова трансформація економіки генерує нові тренди інформаційного забезпечення управління економічною активністю та розвитком. Тому важливими є цифровізація управління бізнес-процесами торговельного підприємства. Просунута клієнтська аналітика як складова облікового забезпечення управління здатна забезпечити ритейлерам досягнення високих KPI та забезпечити їх економічну активність і розвиток.

### ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА:

1. Krutova A., Kashchena N., Chmil H. Enterprises' economic activity stimulation as a driver of national economy sustainable development. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2020. Вип. 1 (31). С. 162–173.
2. Davydova O., Kashchena N., Stavarska T., Chmil H. Sustainable development of enterprises with digitalization of the economic management. *International Journal of Advanced Science and Technology*. 2020. Vol. 29. No. 8s. Pp. 2370–2378.
3. Davydova O., Kashchena N., Stavarska T., Chmil H. Digitalization of economic activity management and sustainable enterprise's development. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*. 2019. Vol. 8. Issue 3C. Pp. 195–200. <https://doi.org/10.35940/ijrte.c1033.1183c19>
4. Kashchena N. Scientific and applied platform of trade enterprises economic activity digital management transformation. Sustainable Development: Modern Theories and Best Practices : Materials of the Monthly International Scientific and Practical Conference (February 24-26, 2021) / Gen. Edit. Olha Prokopenko. Tallinn: Teadmus OU, 2021, pp. 17-18.
5. Кащена Н.Б. Управління економічною активністю підприємств торгівлі в умовах цифрової трансформації економіки. Актуальні проблеми економіки, фінансів, менеджменту та права: зб. тез доп. між нар. наук.-практ. конф. м. Полтава, 26 листоп. 2020 р.. Полтава: ЦФЕНД, 2020. С. 53-56.
6. Кащена Н. Б. Обліково-аналітичне забезпечення управління економічною активністю підприємств торгівлі: теорія, методологія, практика : монографія. Харків : Видавництво Іванченка І.С., 2021. 389 с.
7. Клієнтська аналітика – сучасні інструменти та їх використання. URL: <https://ua-retail.com/2021/04/kliyentska-analitika-suchasni-instrumenti-ta-%d1%97x-vikoristannya/>