

2. Лагодієнко Н. В., Скляр Л. Б. Планування в системі адміністрування податків. *Український журнал прикладної економіки*. 2021. Том 6. № 1. С. 261-268. URL : <http://ujae.org.ua/planuvannya-v-systemi-administruvannya-podatktiv/>

3. Горох О., Скоромна О., Міщенко В. Податковий менеджмент в Україні: проблеми та перспективи розвитку. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2018. Вип. 5. С. 76-81. URL : http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=evzdia_2018_5_16

Єва ТАРАНЕЦЬ

ЗВО спеціальності 073 Менеджмент

Миколаївський національний аграрний університет

м.Миколаїв, Україна

Науковий керівник- канд. екон.наук,

доцент кафедри економіки підприємств

Тетяна ОЛІЙНИК

ВИКОРИСТАННЯ АНАЛІТИКИ ДАНИХ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ У РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ

Використання аналітики даних у роздрібній торгівлі - це важливий інструмент, який дозволяє підприємствам збирати, аналізувати та використовувати великі обсяги інформації для покращення різних аспектів бізнесу. За допомогою аналітики даних підприємства можуть розуміти покупців краще: їхні вподобання, покупки, звички, та реагувати на них адаптивніше.

Це дозволяє точніше прогнозувати попит на товари, оптимізувати асортимент, планувати запаси і зменшувати витрати на складське утримання. Крім того, компанії можуть налаштовувати ціни та акції відповідно до попиту, що сприяє підвищенню продажів та збільшенню прибутку. Розвиток бізнесу в сфері роздрібної торгівлі товарами та надання послуг в умовах цифровізації суспільства передбачає підвищення якості роботи персоналу магазинів в питанні фізичного обслуговування замовлень на всіх етапах ланцюжка пошуку

товару та його купівлі. Це також стосується замовлень, сформованих покупцями у віртуальному торговому середовищі із застосуванням новітніх інформаційних технологій. Такий підхід передбачатиме інвестиції підприємств в розвиток людського капіталу, що є завданням стратегічного характеру [1].

Збираючи дані про клієнтів, їхні покупки та взаємодію з продуктами, підприємства можуть персоналізувати обслуговування, пропонуючи індивідуальні підходи та рекомендації. Це робить взаємодію з брендом більш приємною для споживачів та підвищує їхню лояльність. Рівень торговельного обслуговування як результат взаємодії організації обслуговування покупців і роботі персоналу визначає конкурентний статус об'єкта. Тому зусилля підприємств мають бути спрямовані на визначення нових підходів до вимірювання якості торговельного обслуговування покупців [2].

Залучення споживачів до участі є важливим аспектом у сучасній роздрібній торгівлі. Використання аналітики даних дозволяє підприємствам створювати програми лояльності та збирати відгуки клієнтів для поліпшення обслуговування. Персоналізовані пропозиції та індивідуальний підхід до кожного клієнта допомагають збільшити рівень задоволеності споживачів та підвищити їхню відданість бренду.

Аналіз даних дозволяє створювати персоналізовані пропозиції та рекомендації для клієнтів, що сприяє збільшенню конверсії та задоволенню споживачів. Загалом, аналітика даних в роздрібній торгівлі допомагає підприємствам зрозуміти свій бізнес краще, ефективно управляти ресурсами та постійно підвищувати якість обслуговування, що стає ключем до успіху у сучасному ринковому середовищі.

Список використаних джерел:

1. Андріішина О. О. Роздрібна торгівля в умовах цифровізації суспільства / О. О. Андріішина, В. А. Шаповал. // Economics Bulletin. – 2022. – №2.

2. Кузьмін С. В. Методичні підходи до оцінювання якості торговельного обслуговування покупців / С. В. Кузьмін, О. В. Благоразумова. // Ефективна економіка. – 2016. – №12.