

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ПРОМИСЛОВОСТІ НАН УКРАЇНИ (М. КИЇВ)
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА
(М. ВІННИЦЯ, УКРАЇНА)
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ РАДІОЕЛЕКТРОНІКИ
(УКРАЇНА)
КІРОВОГРАДСЬКИЙ ОБЛАСНИЙ ОСЕРЕДОК ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ
ГРОМАДСЬКОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ — УКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ ЕКОНОМІСТІВ-
МІЖНАРОДНИКІВ
УНІВЕРСИТЕТ ЛІМОЖА (ФРАНЦІЯ)
БУДАПЕШТСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЕКОНОМІКИ
(УГОРЩИНА)
КАЗАХСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ ДОСЛІДНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ (М. АЛМАТИ)
ГДАНСЬКА ВИЩА ШКОЛА (ПОЛЬЩА)
ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ОСВІТНИЙ ІНСТИТУТ ЗАХІДНОЇ МАКЕДОНІЇ (М.
КОЗАНИ, ГРЕЦІЯ)
ВИЩА ШКОЛА ТУРИЗМУ І ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В ГДАНСЬКУ
(ПОЛЬЩА)
ВИЩА ШКОЛА ЕКОНОМІКИ, МЕНЕДЖМЕНТУ І ПУБЛІЧНОГО
АДМІНІСТРУВАННЯ (М. БРАТИСЛАВА, СЛОВАЧЧИНА)
ВИЩА ШКОЛА СУСПІЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА В ГДАНСЬКУ (ПОЛЬЩА)

**ГЛОБАЛЬНА БЕЗПЕКА ТА АСИМЕТРИЧНІСТЬ СВІТОВОГО
ГОСПОДАРСТВА В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО РОЗВИТКУ
ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ**

Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції
12 травня 2021 р.

УДК 005+339.9+351.88:353

Рекомендовано до друку та поширення через мережу Інтернет Науково-технічною радою Центральноукраїнського національного технічного університету (протокол №5 від «27» травня 2021 р.)

Упорядник: Миценко І.М., доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри міжнародних економічних відносин Центральноукраїнського національного технічного університету

Глобальна безпека та асиметричність світового господарства в умовах нестабільного розвитку економічних систем: матеріали науково-практичної інтернет-конференції (м. Кропивницький, 12 травня 2021 р.) / упоряд. І. М. Миценко. Кропивницький : ЦНТУ, 2021. 195 с.

Збірник включає тези наукових доповідей, присвячених дослідженню проблем асиметричного розвитку країн під впливом гібридних загроз сучасності, зміцнення міжнародної та національної безпеки в умовах глобальних трансформацій, удосконалення інституціонального середовища міжнародного співробітництва та забезпечення міжнародної безпеки, розвитку різних секторів економіки під впливом глобальних викликів, формування інформаційного суспільства в процесі світової соціально-економічної трансформації, підвищення ефективності використання інноваційного потенціалу та інформаційно-аналітичних ресурсів в системі економічної безпеки підприємств та в умовах пандемії COVID-19.

The collection includes abstracts of scientific reports on the study of asymmetric development of countries under the influence of modern hybrid threats; strengthening of international and national security in the context of global transformations; improving the institutional environment of international cooperation and international security; development of various sectors of the economy under the influence of global challenges; establishment of information society in the process of global social and economic transformations; increasing the efficiency of the innovation potential use as well as information and analytical resources in the system of economic security of enterprises and under the COVID-19 pandemic.

УДК 005+339.9+351.88:353

Опубліковано в авторській редакції.

© Центральноукраїнський національний технічний університет, 2021

Жаксылыкова Н.Е., Аманбаева Э.А. ИННОВАЦИИ В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН	56
Кащена Н.Б. ЕКОНОМІЧНА АКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ РИТЕЙЛУ: ІННОВАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ТА СТИМУЛЮВАННЯ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ COVID-19	63
Копитко М.І., Ільків Ю.І. ЗВ'ЯЗОК МІЖ РІВНЕМ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЇХ РІВНЕМ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ	67
Кофанов О.Є., Кофанова О.В. ДОСЯГНЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ У СФЕРІ УПРАВЛІННЯ АВТОТРАНСПОРТНИМ КОМПЛЕКСОМ УКРАЇНИ	71
Криштанович М.Ф. ЄВРОПЕЙСЬКА БЕЗПЕКОВА ПОЛІТИКА ПІД ВПЛИВОМ ВИКЛИКІВ СУЧАСНОСТІ	76
Kurtyshan K. SPECIFIC FEATURES OF INTERNATIONAL LEASING	79
Лукавенко О.О. СТРАХУВАННЯ РИЗИКІВ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	82
Магопець О.А., Магопець М.С. ПОДАТКОВІ РИЗИКИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПОДАТКОВОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ	85
Мартин О.М., Живко З.Б., Балаш Л.Я. ПОЖЕЖНА ТА ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ЦЕНТРАЛЬНОГО РЕГІОНУ: ЇХ АНАЛІЗ ТА ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК	89
Mytsenko I. GLOBAL CHALLENGES AND SECURITY OF DEVELOPMENT OF ECONOMIC SYSTEM IN UKRAINE	94
Насипайко Д.С. СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ ФІНАНСОВИХ ЦЕНТРІВ	101

Кашена Н.Б.
к.е.н., професор
Харківський державний університет харчування та
торгівлі
м. Харків, Україна

ЕКОНОМІЧНА АКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ РИТЕЙЛУ: ІННОВАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ТА СТИМУЛЮВАННЯ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ COVID-19

Світова пандемія коронавірусу та пов'язані з нею карантинні обмеження спричинили небачену за останнє сторіччя глобальну економічну кризу. За даними ООН втрати світової економіки, пов'язані зі спалахом захворювання в 2020 році склали близько \$ 2 трлн [1]. Локдауни унеможливили торгівлю офлайн, суттєво

трансформували споживацьку поведінку та спровокували різке зростання бажаючих отримати якісні товари із доставкою на дом. Як наслідок – швидка адаптація бізнес-моделей ритейлерів до нових реалій, трендів і тенденцій, орієнтація на лояльність та зручність для покупців, динамічне зростання онлайн-торгівлі та швидкий розвиток служб доставки. Згідно з дослідженням компанії EVO сума онлайн-покупок українців протягом 2020 року зросла на 41% і склала 107 млрд грн [2]. Україна увійшла до топ- 10 країн з найбільшими темпами зростання прибутків інтернет- магазинів і посіла шосту позицію в рейтингу, випередивши В’єтнам, Ізраїль, Індію та Японію [3].

Міграція ритейлу із офлайну в онлайн, зміна споживацьких пріоритетів й активності покупців в період пандемії відповідним чином відобразились і на економічній активності ритейлерів. Наразі для збереження й підвищення її рівня ритейлери вимушені вміти швидко перетворювати існуючі ризики й обмеження (закриті на карантин універмаги та торгові центри, зниження попиту і купівельної спроможності споживачів, падіння курсу національної валюти тощо) в можливість та через акумуляцію всіх зусиль на забезпечення потреб клієнтів зберегти їх лояльність та прибуток. Єдино вірним шляхом при цьому є інвестування коштів у розвиток власних онлайн-каналів і залучення інноваційних інструментів управління, зокрема цифрових і маркетингових інновацій, які забезпечать омніканальність, фокус на споживачеві та персоналізацію.

Серед ІТ-рішень для управління ритейлом в Україні популярності набули: датчики підрахунку відвідувачів з відповідним програмним забезпеченням, які дозволяють отримати релевантну статистику, порахувати конверсію, аналізувати в режимі реального часу показники діяльності магазинів, а також правильно планувати кількість співробітників, відповідно щільності трафіку; рішення Wi-Fi-аналітики Shopster офлайн, яке дозволяє збирати через хот-споти інформацію про відвідувачів,

аналізувати моделі їх поведінки та виступає умовним комунікатором між покупцем, брендом і CRM-системою програми лояльності, пропонуючи бажанні товари та акції. Це все допомагає ритейлу збільшувати середній чек покупки та підвищує лояльність покупців і стійкість бізнесу в цілому [3].

Практикою доведено, що КРІ ритейлу залежать від лояльності клієнтів, швидкості реакції на зміну споживацьких уподобань, вміння працювати на випередження і задовольняти потреби конкретної людини. Тому в умовах пандемії життєво важливою для забезпечення бажаного рівня економічної активності підприємств роздрібної торгівлі стає клієнтська аналітика. Системний підхід до аналізу даних клієнтської поведінки і спостереження за динамікою ключових показників ефективності 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 лідрами – 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 [4].

І головне пам’ятати, що для того щоб клієнтська аналітика приносила користь вона має бути вбудована в безперервний процес керування клієнтською базою, що включає збір, аналіз, пілотування, автоматизацію та знов збір даних й їх подальший розгляд у визначених напрямках.

Викладене доводить, що пандемія COVID-19 змінила звичний нам ритейл, посилила старі та генерувала нові тренди розвитку. Й надалі буде зростати частка товарів придбаних в он-лайн магазинах. Тому важливими є активна цифровізація та автоматизація всіх бізнес-процесів ритейлера. Просунута клієнтська аналітика здатна забезпечити ритейлерам досягнення високих KPI та підвищити їх економічну активність.

Література

1. Коронавірус проти ритейлу, або нові можливості для продажів. URL: <https://edin.ua/koronavirus-proti-ritejlu-abo-novi-mozhливosti-dlya-prodazhiv/>
2. Ритейл-2020: як пандемія вплинула на розвиток торгівлі у світі та в Україні. URL: <https://investory.news/ritejl-2020-yak-pandemiya-vplinula-na-rozvitok-torgivli-u-sviti-ta-v-ukraini/>
3. Седухіна І. Уроки 2020: виклики та висновки для ритейлу. URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/blog/722547.html>
4. Клієнтська аналітика – сучасні інструменти та їх використання. URL: <https://ua-retail.com/2021/04/kliyentska-analitika-suchasni-instrumenti-ta-%d1%97x-vikoristannya/>

Наукове видання

Матеріали

**Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції
ГЛОБАЛЬНА БЕЗПЕКА ТА АСИМЕТРИЧНІСТЬ
СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА В УМОВАХ
НЕСТАБІЛЬНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ
12 травня 2021 р.**

**Підписано до друку 07.06.2021. Формат 60x84/16
Умовно. друк. арк. 9. Наклад 50 прим.**

Друк ТОВ «Поліграф-Сервіс»,
вул. Садова 88А, м. Кропивницький, 25009