

ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ WEB-АНАЛІТИКИ В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ

Трофімчук Михайло

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та маркетингу,
Приватного вищого навчального закладу
«Міжнародний економіко-гуманітарний університет
імені академіка Степана Дем'янчука»*

Сад Інна

*здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Приватного вищого навчального закладу
«Міжнародний економіко-гуманітарний університет
імені академіка Степана Дем'янчука»*

В умовах динамічного розвитку електронної комерції зростає потреба у впровадженні статистично-аналітичних інструментів веб-аналітики, для якісного управління бізнес-процесами. Статистична аналітика в електронній комерції охоплює широкий спектр процесів: від збору та обробки даних про відвідувачів сайту до аналізу фінансових показників діяльності онлайн-платформи [1, С.73]. Такі інструменти, як Google Analytics, дають змогу підприємствам детально відстежувати поведінку споживачів, виявляти «вузькі місця» в клієнтському шляху та приймати обґрунтовані управлінські рішення. Можна сформулювати модель застосування Google Analytics для аналізу дій потенційних клієнтів та прийняття управлінських рішень в електронній комерції, рис.1.

Розроблена модель використання Google Analytics у сфері електронної комерції, яка забезпечить поетапний підхід до збору, аналізу та інтерпретації даних поведінки користувачів з метою покращення ефективності бізнесу. Її ключова цінність полягає в можливості формалізувати процес прийняття рішень на основі об'єктивних статистичних метрик та поведінкових індикаторів. Оцінка ефективності конверсій за допомогою Google Analytics через чітко визначені KPI у вимірах, має бути ключовим елементом управління результативністю в електронній комерції. KPI можуть виконувати функцію комунікаційного інструмента, що сприяє підвищенню обізнаності працівників щодо загальної стратегії організації та активізації внутрішньої взаємодії [2, с. 132].

Ще одним інструментом веб-аналітики, який можна використовувати для аналізу, прогнозування та прийняття управлінських рішень в електронній комерції є Google Trends [3, С.77]. Він не лише може допомогти

в прийнятті оперативних та стратегічних рішень управлінських рішень, а й виступає джерелом глибокого розуміння поведінки споживача, що є ключовим чинником для формування гнучкої, клієнтоорієнтованої та конкурентоспроможної стратегії бізнесу. Отже інтеграція статистично-аналітичних веб-інструментів у бізнес-модель електронної комерції забезпечує інформаційну прозорість, оперативність прийняття рішень та стратегічну обґрунтованість управлінських дій. Це є важливою передумовою збереження конкурентоспроможності та сталого розвитку підприємства в сучасних умовах.

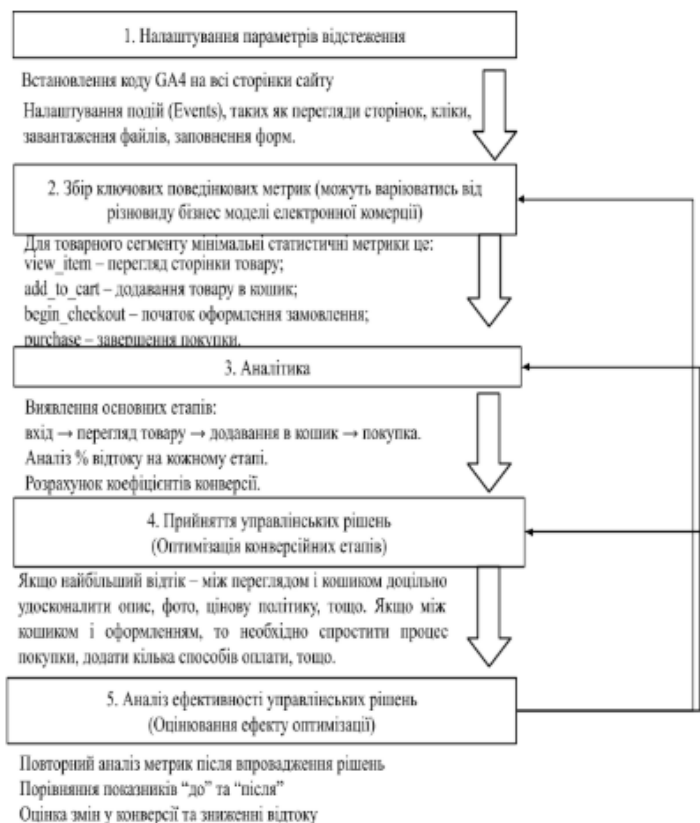


Рис.1. Модель застосування Google Analytics для аналізу дій потенційних клієнтів та прийняття управлінських рішень в електронній комерції

Подальші дослідження повинні бути спрямовані на удосконалення інструментального забезпечення веб-аналітики, її адаптацію до різних бізнес-моделей та гармонійне поєднання з іншими джерелами даних. Це дозволить сформувати стійку, клієнтоорієнтовану, аналітично обґрунтовану модель управління в електронній комерції.

ЛІТЕРАТУРА

1. Казакова О. В., Чупріна М. О. Прикладні аспекти підвищення конверсії сайту в умовах здійснення електронної комерції. *Збірник наукових праць «Сучасні підходи до управління підприємством»*. 2019. № 4. С. 70–77 (дата звернення: 25.07.2025)..
2. Chaharsooghi S., Beigzadeh N., Sajedinejad A. Analyzing key performance indicators of e-commerce using balanced scorecard. *Management Science Letters*. 2016. № 6(2), 127-140. URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/9790/86ff1533ee61c117bf4610abda0627c63ba3.pdf> (дата звернення: 25.07.2025).
3. Jun S. P., Yoo H. S., Choi, S. Ten years of research change using Google Trends: From the perspective of big data utilizations and applications. *Technological forecasting and social change*. 2018. №130, 69-87. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0040162517315536> (дата звернення: 25.07.2025).