



**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПОЛТАВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА
ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА**

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

**77-ї НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ ПРОФЕСОРІВ,
ВИКЛАДАЧІВ, НАУКОВИХ ПРАЦІВНИКІВ,
АСПІРАНТІВ ТА СТУДЕНТІВ УНІВЕРСИТЕТУ**

16 травня – 22 травня 2025 р.

ПОТОЧНИЙ СТАН ІНФОРМАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Інформаційний менеджмент на українських підприємствах на сучасному етапі характеризується активним впровадженням цифрових технологій, однак залишається неоднорідним через різницю в ресурсних можливостях, технологічній базі та кваліфікації персоналу. Загалом підприємства України демонструють зростаюче розуміння значення інформаційного менеджменту як ключового фактору забезпечення конкурентоспроможності на ринку.

Однією з основних тенденцій є перехід до використання комплексних інформаційних систем, таких як ERP (Enterprise Resource Planning), CRM (Customer Relationship Management) та BI (Business Intelligence). Це дозволяє значно покращити процеси прийняття рішень, підвищити ефективність операційного управління та оптимізувати роботу з клієнтами. Особливо активно такі системи впроваджуються у великих та середніх підприємствах промислового сектору, агробізнесі та фінансовій сфері.

Однак малий та середній бізнес стикається з певними викликами, серед яких найважливішими є висока вартість програмних рішень, недостатній рівень цифрової грамотності персоналу та складність інтеграції нових технологій у поточні бізнес-процеси. Важливим також залишається питання забезпечення інформаційної безпеки, що набуло ще більшої актуальності з огляду на зростаючі ризики кіберзагроз та інформаційних атак.

Незважаючи на наявні труднощі, держава та міжнародні організації активно підтримують ініціативи з цифровізації українських підприємств через програми фінансування, гранти та навчальні проекти. Завдяки цьому багато підприємств поступово модернізують власну інформаційну інфраструктуру, що позитивно впливає на їхню стійкість і можливість конкурувати як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках.

Таким чином, інформаційний менеджмент в Україні поступово переходить на новий рівень розвитку, проте залишається потреба в подальшому впровадженні сучасних технологій, підвищенні кваліфікації кадрів та поліпшенні нормативно-правового регулювання у сфері цифровізації.

Література:

1. Гончаренко Л.П. *Інформаційний менеджмент: підручник*. Київ: Центр учбової літератури, 2020. 364 с.
2. Окландер М.А. *Інформаційні системи в менеджменті: підручник*. Одеса: Астропринт, 2018. 312 с.
3. *Національна стратегія розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2021-2025 роки: затв. Кабінетом Міністрів України від 17.02.2021 № 155-р*.
4. Буряк А.М. *Кібербезпека підприємств: сучасні виклики та загрози*. Науковий журнал «Економіка та держава». 2021. №4. С. 120-125.

УДК 658.8:004

*В.С. Папка, студентка групи 401-ЕМ
Науковий керівник – к.е.н., доц. В.В. Гришко
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»*

ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ УДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОГО ПІДХОДУ ДО УПРАВЛІННЯ КЛІЄНТСЬКОЮ ВЗАЄМОДІЄЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У сучасних умовах цифрової трансформації бізнесу, ефективне управління клієнтською взаємодією стає ключовим фактором успішності підприємства.

Цифрові технології відкривають нові можливості для оптимізації комунікаційних процесів, підвищення якості обслуговування та зміцнення лояльності клієнтів.

Одним із основних інструментів цифрової взаємодії з клієнтами є CRM-системи (Customer Relationship Management). Вони дозволяють централізовано зберігати інформацію про клієнтів, аналізувати їх поведінку та вподобання, що сприяє персоналізації пропозицій та підвищенню ефективності маркетингових кампаній.

Застосування CRM-систем забезпечує більш глибоке розуміння потреб клієнтів та дозволяє будувати довгострокові взаємовигідні відносини [1].

Інтеграція штучного інтелекту та машинного навчання в процеси управління клієнтською взаємодією відкриває нові горизонти для бізнесу.

Ці технології дозволяють автоматизувати аналіз великих обсягів даних, прогнозувати поведінку клієнтів та адаптувати стратегії взаємодії в реальному часі. Наприклад, чат-боти та віртуальні асистенти можуть