



**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.

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

надавати миттєві відповіді на запити клієнтів, забезпечуючи цілодобову підтримку та знижуючи навантаження на службу підтримки.

Оmnіканальний підхід до комунікації з клієнтами передбачає інтеграцію різноманітних каналів взаємодії, таких як телефон, електронна пошта, соціальні мережі, мобільні додатки та інші. Це забезпечує безперервний та узгоджений досвід для клієнтів, незалежно від обраного каналу комунікації. Omnіканальна стратегія дозволяє підприємствам бути ближчими до своїх клієнтів та швидше реагувати на їхні потреби [2].

Використання аналітичних інструментів, таких як Google Analytics та Power BI, надає можливість глибоко аналізувати поведінку клієнтів, ефективність маркетингових кампаній та інші ключові показники. Це сприяє прийняттю обґрунтованих рішень та дозволяє оперативно коригувати стратегії взаємодії з клієнтами.

Цифрові технології також сприяють підвищенню якості обслуговування клієнтів через впровадження інноваційних рішень, таких як цифрові двійники та інтернет речей (IoT).

Ці технології дозволяють моделювати та аналізувати процеси взаємодії з клієнтами, виявляти вузькі місця та оптимізувати бізнес-процеси для досягнення кращих результатів [3].

Впровадження цифрових технологій у комунікаційні процеси підприємства вимагає системного підходу та стратегічного планування. Важливо не лише обрати відповідні інструменти, але й забезпечити їх інтеграцію в існуючі бізнес-процеси, навчити персонал та постійно вдосконалювати стратегії взаємодії з клієнтами [4].

Отже, впровадження цифрових технологій у комунікаційні процеси управління клієнтською взаємодією є не просто актуальним, а критично необхідним кроком для сучасного підприємства.

Уміння ефективно використовувати інструменти цифрової трансформації – від CRM-систем до аналітики великих даних і штучного інтелекту – дозволяє не лише підвищити рівень клієнтського обслуговування, але й забезпечити стратегічні переваги в умовах високої конкуренції.

Цифрові технології змінюють саму суть комунікацій між підприємством і клієнтом: роблять їх більш персоналізованими, швидкими, прозорими та результативними.

У сучасних умовах цифрова трансформація комунікаційного підходу до управління клієнтською взаємодією стає важливою складовою стратегічного розвитку будь-якого підприємства.

Цифрові технології відкривають нові можливості для глибшого розуміння клієнтів, оперативнішого реагування на їх потреби, автоматизації бізнес-процесів і підвищення ефективності взаємодії. Водночас успішність таких змін залежить не лише від впровадження інноваційних рішень, а й від здатності підприємства інтегрувати їх у

загальну модель управління, адаптувати корпоративну культуру та постійно вдосконалювати процеси. Тільки комплексний і цілеспрямований підхід до цифровізації дозволить підприємству створити стійку конкурентну перевагу, забезпечити довіру клієнтів і досягти стабільного зростання у довгостроковій перспективі.

Література:

1. Костира В., Запотічний І. Роль інформаційних технологій в управлінні клієнтоорієнтованістю сучасних підприємств // *Дослідження та інновації*. 2024. № 3. С. 45–52.
2. Інноваційні підходи до управління клієнтськими відносинами – ТОП CRM-систем // *CRM Market*. 2023.
3. Застосування цифрових технологій з метою підвищення менеджменту якості підприємства // *Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи*. 2023. С. 112–118.
4. Інноваційні рішення для цифровізації бізнес-процесів підприємств галузі інформаційно-комунікаційних технологій // *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2023. № 4. С. 59–66.

УДК 658.8:004.738.5

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

ЦИФРОВІЗАЦІЯ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах цифрова трансформація стала ключовим чинником підвищення конкурентоспроможності підприємств. Цифровізація комунікаційних процесів дозволяє оптимізувати внутрішні та зовнішні взаємодії, забезпечуючи оперативність, гнучкість та ефективність управлінських рішень.

Цифровізація комунікаційних процесів передбачає впровадження інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) для забезпечення ефективної взаємодії між усіма учасниками бізнес-процесів. Серед основних інструментів цифрової комунікації виділяють: