

- безповоротне погіршення стану природного середовища;
- міграція висококваліфікованих кадрів внаслідок високої затребуваності фахівців в області цифрових технологій [2].

Важливо підкреслити, що цифрова трансформація соціально-економічної системи будь-якого рівня – це складний і тривалий процес з довгостроковою віддачею від інвестицій. Для неї необхідна стратегія, перегляд бізнес-моделей і процесів, нова інфраструктура, нове програмне забезпечення, оптимізація набору послуг, ефективні механізми впровадження, програми навчання і надійна постійна підтримка. По-друге, цифрова трансформація вимагає сильного і професійного керівництва – тільки воно може бути драйвером серйозних змін. По-третє, потрібно чітко розуміння того, які елементи соціально-економічної системи вимагають перетворення. Організації в усьому світі йдуть на експерименти – і отримують переваги від цифрової трансформації.

Список використаних джерел:

1. Мельничук, Г., Мамалига, В. (2020) Цифровізація економіки: можливості та загрози для ефективного функціонування підприємств. *Приазовський економічний вісник*, вип. 2 (19), 125–130. URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2020/2_19_ukr/23.pdf
2. Сопільник, Л., Скриньковський, Р., Ковалів, М. та ін. (2020) Розвиток цифрової економіки в контексті забезпечення інформаційної безпеки в Україні. *Траекторія науки*, вип. 6(5), С. 2023-2032.

Шайдець К. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

CRM-СИСТЕМА ЯК СПОСІБ ОТРИМАННЯ СТІЙКИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

Наш світ не стоїть на місці, з кожним днем він розвивається, вдосконалюється, впроваджуються нові технології. Незмінним залишається бажання будь-якої компанії або підприємства розширюватися, розвиватися та отримувати більший прибуток в умовах конкуренції. Для здійснення цього бажання підприємство повинно мати велику кількість постійних клієнтів, а також залучати нових. Тому підприємці почали замислюватися над тим, як можна більш ефективно працювати з клієнтською базою, розуміти чого саме хоче клієнт, збільшувати свої продажі, тобто розвивати свій бізнес.

Впровадження CRM-системи допоможе організувати процес комунікації з клієнтами. За допомогою CRM-системи можливо планувати продажі, залучати та утримувати нових клієнтів, тобто можливо спростити збір та аналіз даних як по клієнтам, так і по продажам. Все це можливо зробити в онлайн режимі, що дуже зручно для сучасного світу, у якому так стрімко розвиваються цифрове середовище. Взагалі, Customer relationship management (CRM) або управління відносинами з клієнтами –

це поняття, що охоплює концепції, котрі використовуються компаніями для управління взаємовідносинами зі споживачами, включаючи збір, зберігання й аналіз інформації про споживачів, постачальників, партнерів та інформації про взаємовідносини з ними [1].

CRM-системи призначені не тільки для великого бізнесу, вони є універсальними для різних сфер, тому можливе використання в малому бізнесі, в індивідуальних підприємствах, у великих компаніях. На підприємствах CRM найактивніше користуються такі відділи: відділ продаж, адже він працює з клієнтами; відділ маркетингу, оскільки йому необхідно знати вподобання клієнтів; відділ фінансів, адже йому необхідно знати дані про контракти.

Ефект від впровадження CRM виявляється в тому, що за рахунок автоматизації процесу прийняття рішень росте швидкість обороту коштів, швидкість реакції на запит підвищується, знижуються витрати. Для досягнення цих результатів CRM-система повинна виконувати наступні функції: збір інформації про клієнтів, зберігання і обробка отриманої інформації, забезпечення можливості виведення інформації та результатів її аналізу або експорту даних в інші системи [2].

В Україні CRM-системи тільки починають застосовуватися підприємцями. Кількість підприємств що застосовують CRM менша, ніж, наприклад, у США, де такий показник становить приблизно 90%, але вже деякі українські підприємства почали застосовувати нові технології. Так за результатами дослідження GfK і Бітрікс24 [3] 8,4% українських компаній використовують, впроваджують або збираються впровадити CRM. Більшість з цих компаній займається ІТ- послугами (53%), торгівлею (23%), промисловістю (14%) та будівництвом (6%). Також компанії, які використовують CRM зазначили, що впровадження цієї системи значно підвищило ефективність роботи.

Професійне та успішне впровадження CRM-системи забезпечує безліч переваг для підприємства:

- приріст продуктивності та ефективності роботи, адже багато процесів автоматизується;
- швидкий доступ до будь-якої інформації, оскільки всі дані зберігаються в одному місці;
- підвищення продуктивності маркетингових заходів завдяки доступу до інформації про кожного клієнта окремо
 - можливість ефективно планувати та контролювати роботу
 - зменшення кількості паперових документів
 - більш висока точність звітів
 - захист даних
- збільшення кількості клієнтів, адже підвищується якість обслуговування.

Таким чином, можна зробити висновок, що впровадження інноваційних технологій може підвищити рівень взаємодії з клієнтами, ефективність роботи підприємства. CRM- система є однією з найбільш перспективною управлінською інформаційною системою. Деякі українські підприємці почали усвідомлювати переваги CRM і активно використовувати на своїх підприємствах, що підвищило ефективність їх роботи.

Список використаних джерел:

1. Матеріали сайту «Вікіпедія» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://uk.wikipedia.org/wiki>
2. Молчанов Н.Н. Маркетинг инновации [Електронний ресурс]/ Молчанов Н.Н. – Режим доступу : https://studme.org/68208/marketing/marketing_innovatsii
3. Матеріали сайту «Бітрікс24» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.bitrix24.ua/crmresearch2020/>