

Список використаних джерел

1. Сучасний дизайн сайту, який точно запам'ятається: 6 найкращих трендів на 2023 рік. *Сайтобудування. Партнерські публікації*. 13.03.2023. URL: ТОП-6 найкращих трендів веб-дизайну на 2023 рік | Cityhost.ua (дата звернення: 08.05.2025).
2. Pros and Cons of Minimalist Web Design. Rojeena KCP. 16.04.2024. URL: Pros and Cons of Minimalist Web Design – DevotePress (дата звернення: 08.05.2025).
3. Неоморфізм: чи актуальний він у 2025 році? *Нестор*. 16.01.2024. URL: Неоморфізм: чи актуальний він у 2025 році? – UXPUБ UA Дизайн-спільнота (дата звернення: 08.05.2025).
4. What Is Brutalism in Web Design? and How to Use it + 7 Great Examples. *Nofar Shviro on Web Design Inspiration*. 24.05.2022. URL: Brutalism Web Design: What It Is + 7 Great Examples (дата звернення: 08.05.2025).
5. Glassmorphism: The Future of Transparent Design. *Roberto Lisandro*. 22.09.2024. URL: Glassmorphism: The Future of Transparent Design | Bootcamp (дата звернення: 08.05.2025).
6. Glassmorphism: Definition and Best Practices. *Megan Brown*. 07.06.2024. URL: Glassmorphism: Definition and Best Practices – NN/g (дата звернення 08.05.2025).
7. Skeuomorphism: The Lost Art of Familiarity in Digital Design. *Blog*. 07.06.2023. URL: Skeuomorphism: The Lost Art of Familiarity in Digital Design | 360 (дата звернення: 08.05.2025).
8. Dominating Website Design Trends in 2024. *Globital*. 2024. URL: Dominating Website Design Trends in 2024 – Globital (дата звернення 08.05.2025).
9. Зелінська О. В., Колосова К. К. Огляд методів UX-досліджень під час створення ІТ-продуктів. *Вісник студентського наукового товариства Донецького національного університету імені Василя Стуса*. 2022. Вип. 14, т. 1. С. 267–270. URL: <https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/12827>
10. Афанасєва Д. С., Зелінська О. В. Впровадження адаптивного дизайну з react: техніки для кроссплатформної сумісності. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса* / ред. кол. М. І. Прихненко (гол.) та ін. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2024. Вип. 16, т. 1. С. 111–114.

УДК 004.422.5.

*Ліхоткіна В. І., здобувачка вищої освіти
2 курсу спеціальності 122 Комп'ютерні науки,
Бабаков Р. М., д-р техн. наук, доцент,
професор кафедри інформаційних технологій*

ВПРОВАДЖЕННЯ CRM-СИСТЕМ У МАЛОМУ ТА СЕРЕДНЬОМУ БІЗНЕСІ: ЕФЕКТИВНІСТЬ І ВИКЛИКИ

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

У сучасних умовах високої конкуренції та динамічного розвитку ринку інформаційних технологій малий і середній бізнес дедалі активніше впроваджує інструменти цифрової трансформації для підвищення своєї ефективності. Одним із ключових напрямів такої трансформації є використання CRM-систем (Customer Relationship Management) – програмного забезпечення для управління відносинами з клієнтами. CRM-системи дають змогу автоматизувати процеси продажів, маркетингу, обслуговування клієнтів і аналітики, аналізувати дані та підвищувати рівень задоволеності клієнтів, забезпечуючи централізований доступ до даних про споживачів [1].

CRM-системи (Customer Relationship Management) працюють як централізовані платформи для збору, зберігання та обробки даних про клієнтів. Вони інтегруються з каналами комунікації, забезпечуючи єдину точку доступу до історії взаємодій. Завдяки базам даних та автоматизованим бізнес-процесам CRM дає змогу керувати лідами, відстежувати статус угод, сегментувати клієнтів і формувати аналітичну звітність у реальному часі [3]. Також системи часто включають API для інтеграції з ERP, сервісами email-маркетингу та іншими корпоративними інструментами.

Головна мета впровадження CRM-системи – це трансформувати хаотичні бізнес-процеси в ефективну, автоматизовану систему, яка фокусується на клієнті, оптимізує роботу команди та забезпечує максимальний результат від кожної взаємодії.

Ефективність впровадження CRM-систем у малий та середній бізнес проявляється насамперед у покращенні обслуговування клієнтів. Завдяки централізованій базі даних співробітники мають можливість швидко реагувати на запити споживачів, враховувати історію взаємодій, персоналізувати пропозиції та підтримувати тривалі довірливі відносини. Також CRM-системи значно підвищують внутрішню операційну ефективність компанії, даючи змогу стандартизувати процеси, зменшити ручну роботу та оптимізувати використання людських ресурсів. Суттєвим є й аналітичний потенціал: завдяки вбудованим інструментам звітності керівництво може приймати обґрунтовані управлінські рішення, ґрунтуючись на фактичних даних.

Однак попри очевидні переваги, впровадження CRM-систем у секторі МСБ супроводжується низкою викликів. Ключові бар'єри впровадження CRM-систем у МСБ – людський чинник, технічна інтеграція та навчання. Розглянемо детальніше кожен проблему.

1. Попри технологічну зрілість сучасних CRM-рішень, головні виклики впровадження у малому та середньому бізнесі найчастіше пов'язані не з інфраструктурою, а з людським чинником. Зокрема, опір змінам з боку персоналу – один із найпоширеніших бар'єрів. Працівники з тривалим досвідом, які звикли до неформалізованих методів взаємодії з клієнтами, часто не сприймають нову систему через її контрольні механізми [2]. CRM-система сприймається ними як надлишковий інструмент контролю, що викликає психологічний дискомфорт і саботаж процесу впровадження.

2. Іншою проблемою є трансформація наявних бізнес-процесів. Навіть за умови лояльного ставлення до змін працівникам буває складно інтегрувати нові рутинні дії в усталені схеми роботи.

3. Важливим технічним бар'єром є інтеграція CRM із наявними інформаційними системами. Якщо CRM не підтримує сумісність із діючими рішеннями, це може призвести до дублювання роботи, втрати даних. Така несумісність знижує ефективність роботи та негативно впливає на прийняття системи кінцевими користувачами.

4. Окрему роль відіграє процес навчання персоналу. Навіть інтуїтивно зрозумілі CRM-системи вимагають первинного ознайомлення, налаштування й адаптації. Без цього користувачі не зможуть ефективно освоїти функціонал. Наявність

внутрішніх менторів, а також якісно організоване навчання – критично важливі для подолання бар'єру прийняття системи.

Загалом CRM-системи мають потужний потенціал для зміцнення конкурентних позицій малого та середнього бізнесу, підвищення рівня клієнтського сервісу й оптимізації внутрішньої діяльності. Проте до їх впровадження потрібно підходити з урахуванням як технологічних, так і людських аспектів. Комплексна стратегія цифрової трансформації з акцентом на гнучкість і адаптацію є ключем до успіху в умовах сучасної ринкової динаміки.

Список використаних джерел

1. Мейкерська В. Проблеми впровадження CRM-систем у малому та середньому бізнесі. *Modern Economics*. 2025. № 49. С. 133–137. DOI: 10.31521/modecon.V49(2025)-18.
2. Ситник Н., Себестянович І. Цифровізація та її вплив на розвиток малого та середнього бізнесу. 2022. DOI: <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.24.12.2021.00>.
3. Мозгова Г. В., Морозов А. О., Фомін О. Д. Використання CRM-систем на українському ринку: особливості та перспективи. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2017. Вип. 2. С. 89–94. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/PSPE_print_2017_2_17

УДК 004.4

*Цегольник В. В., здобувач вищої освіти 4 курсу спеціальності 122 Комп'ютерні науки,
Потапова Н. А., канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри інформаційних технологій*

ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМА ДЛЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ ЗАСОБІВ ТАКТИЧНОЇ МЕДИЦИНИ

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

Розвиток електронної комерції є важливим етапом у цифровій трансформації економіки, і зокрема в секторі охорони здоров'я та тактичної медицини. Зокрема, з огляду на потребу у швидкому та ефективному постачанні медичних засобів для військових і цивільних осіб у надзвичайних ситуаціях розробка онлайн-платформи для продажу засобів тактичної медицини стає критично важливою. Незважаючи на численні досягнення в галузі онлайн-торгівлі, ринок тактичної медицини в Україні ще не має повноцінно розвинених цифрових платформ для організації продажу спеціалізованих товарів, як-от турнікети, гемостатичні бинти та інші засоби. В умовах сучасних викликів, а саме воєнних конфліктів та природних катастроф, наявність такої онлайн-платформи може суттєво підвищити ефективність надання допомоги та значно полегшити доступ до критично важливих медичних товарів [1].

Тактична медицина в Україні почала активно розвиватися з 2014 р., коли на Сході України розпочалися бойові дії. Цей період став каталізатором для створення нових медичних протоколів та удосконалення методів надання допомоги, що зумовлено високими ризиками для життя військових в умовах бойових дій.