

ЛІТЕРАТУРА

1. Акофф Р. Планирование будущего корпорации / пер. с англ. В. А. Бирюкова, М. М. Крейсберга. М. : Прогресс, 1985. 327 с.
2. Ареф'єва О. В., Кузьменко Т. Б. Планування економічної безпеки підприємств. Київ : Видавництво Європейського університету, 2005. 170 с.
3. Бандурка О. М., Духов В. Є., Петрова К. Я., Черв'яков І. М. Основи економічної безпеки : підручник. Харків : Видавництво НУВС, 2003. 236 с.
4. Рапопорт А. Замечания по поводу общей теории систем // В кн. : Общая теория систем / пер. с англ. В. Я. Алтаева и Э. Л. Наппельбаума. М. : Мир, 1966. С. 179–182.
5. Акофф Р., Сасиени М. Основы исследования операций : монография / пер. с англ. М. : Мир, 1971. 536 с.
6. Нагуманова Р. В., Сабирова А. И. Контроллинг как современный метод управления субъектами различных сфер деятельности. Казань : Издательство Казанского университета, 2016. 82 с.
7. Карминский А. М., Оленев Н. И., Примак А. Г., Фалько С. Г. Контроллинг в бизнесе: методологические и практические основы построения контроллинга в организациях. 2-е изд. М. : Финансы и статистика, 2002. 256 с.
8. Герасимов В. Г. Экономическая система : генезис, структура, развитие науки. Мн., 2001. 159 с.

REFERENCES

- Akoff, R. *Planirovaniye budushchego korporatsii* [Creating the Corporate Future]. Moscow: Progress, 1985.
- Akoff, R., and Sasieni, M. *Osnovy issledovaniya operatsiy* [Operations Research Fundamentals]. Moscow: Mir, 1971.
- Arefieva, O. V., and Kuzmenko, T. B. *Planuvannia ekonomichnoi bezpeky pidpriemstv* [Economic Security Planning of Enterprises]. Kyiv: Vydavnytstvo Yevropeiskoho universytetu, 2005.
- Bandurka, O. M. et al. *Osnovy ekonomichnoi bezpeky* [Fundamentals of Economic Security]. Kharkiv: Vydavnytstvo NUVS, 2003.
- Gerashimov, V. G. *Ekonomicheskaya sistema : genezis, struktura, razvitiye nauki* [Economic System: Genesis, Structure, Development of Science]. Minsk, 2001.
- Karminskiy, A. M. et al. *Kontrolling v biznese: metodologicheskoye i prakticheskoye osnovy postroyeniya kontrollinga v organizatsiyakh* [Controlling in Business: Methodological and Practical Foundations of Building Controlling in Organizations]. Moscow: Finansy i statistika, 2002.
- Nagumanova, R. V., and Sabirova, A. I. *Kontrolling kak sovremennyy metod upravleniya subektami razlichnykh sfer deyatel'nosti* [Controlling as a Modern Method of Managing Subjects of Various Fields of Activity]. Kazan: Izdatelstvo Kazanskogo universiteta, 2016.
- Rapoport, A. "Zamechaniya po povodu obshchey teorii sistem" [Remarks on General Systems Theory]. In *Obshchaya teoriya sistem*, 179-182. Moscow: Mir, 1966.

УДК 658:004

JEL: C88; D29; F19; M21

**ВИКОРИСТАННЯ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ SITNIKS CRM
У ДРІБНОМУ ТОВАРНУМУ БІЗНЕСІ**

©2021 МОЗГОВА Г. В., ПЕТРЯЄВ О. О., КНИШ А. С.

УДК 658:004

JEL: C88; D29; F19; M21

Мозгова Г. В., Петряєв О. О., Книш А. С. Використання програмного забезпечення Sitniks CRM у дрібному товарному бізнесі

Метою даної статті є визначення доцільності використання програмного забезпечення Sitniks CRM для малого товарного бізнесу, дослідження його відповідності еталону та основних конкурентних переваг серед подібних продуктів. Аналізуючи й узагальнюючи наукові праці багатьох учених, був доведений позитивний вплив якісного інформаційного забезпечення на діяльність підприємства. Проте, незважаючи на очевидну вигоду від використання систем автоматизації, більша частка українських підприємців не використовує CRM-системи (Customer Relationship Management – управління взаємовідносинами з клієнтами) або через відсутність проінформованості, або через невдалий досвід впровадження. У статті використовувалися порівняльний і матричний аналіз. Порівняльний аналіз конкурентів показав, що досліджувана CRM-система виділяється серед інших високим рівнем гнучкості та персоналізованості, що і є основною перевагою даного програмного забезпечення. При проведенні SWOT-аналізу були детально опрацьовані фактори, що впливають на розвиток компанії. Виявлено, що основним недоліком даного програмного забезпечення є відносно довгий термін впровадження, а його можливостями та загрозами є відповідно масштабування та збільшення конкурентів у ніші. Були зроблені висновки, що CRM-система Sitniks – це не просто система для спрощення та автоматизації бізнес-процесів, це платформа, яка має достатньо потужний функціонал завдяки кастомізації, інтеграції, можливості відстеження та простоті використання. Впровадження даного програмного забезпечення приведе компанію до приросту продуктивності, дозволить ефективно планувати та контролювати, а також налагодить міцні взаємовідносини з клієнтами.

Ключові слова: CRM-система, програмне забезпечення, кастомізація, аналіз бізнесу, інтеграція.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-5-146-152>

Рис.: 2. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 10.

Мозгова Галина Валентинівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: g.v.mozgovaya@karazin.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9763-3298>

Петряєв Олексій Олександрович – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: o.o.petriaiev@karazin.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6705-4714>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57189348867>

Книш Анна Сергіївна – студентка, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: Ann.knysh5@gmail.com

UDC 658:004

JEL: C88; D29; F19; M21

Mozgova G. V., Petriaiev O. O., Knysh A. S. Using the Sitniks CRM Software in Small Commodity Business

The article is aimed at defining the feasibility of using the Sitniks CRM software for small commodity businesses, examining its compliance with the standard and the main competitive advantages among such products. Analyzing and generalizing the scientific works of many scholars, the positive impact of high-quality information provision on the activities of the enterprise is proved. However, despite the obvious benefit of using automation systems, a bigger share of Ukrainian entrepreneurs do not use CRM systems (Customer Relationship Management systems) either due to lack of awareness or unsuccessful implementation experience. The article uses comparative and matrix analyses. A comparative analysis of competitors shows that the researched CRM system stands out among others with a high level of flexibility and personalization, which is the main advantage of this software. During the SWOT analysis, the factors influencing the development of the company were worked out in detail. It is found that the main drawback of this software is a relatively long implementation period, and its capabilities and threats are, accordingly, scaling and increasing competitors in a niche. It is concluded that the Sitniks CRM system is not just a system for simplifying and automating business processes, but a platform that has sufficiently powerful functionality due to customization, integration, tracking capabilities and ease of use. The implementation of this software will lead the company to increase productivity, allowing to effectively plan and control, as well as establish strong relationships with customers.

Keywords: CRM system, software, customization, business analysis, integration.

Fig.: 2. **Tabl.:** 1. **Bibl.:** 10.

Mozgova Galyna V. – PhD (Economics), Associate Professor of the Department of Marketing, Management and Entrepreneurship, V. N. Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine)

E-mail: g.v.mozgovaya@karazin.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9763-3298>

Petriaiev Oleksii O. – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing, Management and Entrepreneurship, V. N. Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine)

E-mail: o.o.petriaiev@karazin.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6705-4714>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57189348867>

Knysh Anna S. – Student, V. N. Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine)

E-mail: Ann.knysh5@gmail.com

У сучасних умовах малий товарний бізнес часто залишається в тіні великих корпорацій, тому вимушений регулярно займатися пошуком нових каналів збуту й активно виділяти кошти на рекламу. Проте цих умов недостатньо для отримання максимальної ефективності, адже основною причиною низькопродуктивної роботи підприємства в контексті продажів зазвичай виступає низька віддача від реклами, яка спричинена неефективною роботою обробки заявок і веде до втрати потенційних клієнтів. Дана проблема і визначила тематику проведеного дослідження.

Питанню впливу інформаційного забезпечення на розвиток підприємства приділяли багато уваги як іноземні, так і вітчизняні вчені, а саме: Р. Хіміч, І. Бланк, О. Ястремська, О. Карпенко, А. Чухно, Г. Козаченко, О. Леонова, К. Князев, Д. Лук'яненко, Р. Радзівська, А. Пересада, Е. Тоффлер, Н. Хрущ, Д. Белл та інші. Проте ринок інформаційних технологій постійно розвивається, тому питання щодо вибору оптимального програмного забезпечення залишається актуальним.

Метою даної роботи є визначення доцільності впровадження програмного забезпечення Sitniks CRM для малого товарного бізнесу, розкриття основних переваг Sitniks і принципів його роботи.

Торговельне підприємство мусить вчасно та вправно реагувати на швидкозмінні сучасні тенденції. До таких тенденцій належать: податкова політика; економічна та політична ситуація в країні; зміна потреб, вподобань і поведінки споживачів; поява нових і розвиток існуючих форм торгівлі та, безперечно, постійне збільшення доступності інформаційних технологій, що приводить до зростання рівня автоматизації обліку торговельних підприємств.

Ураховуючи сучасні умови торгівлі, а саме: популяризацію Інтернету як торговельної платформи та закриття локальних точок збуту як прояв жорстких карантинних заходів, більшість підприємців перейшли на торгівлю онлайн, використовуючи Facebook, Instagram, односторінкові сайти тощо, а новачки бізнесу навіть і не думають відкривати торговельну точку, а одразу починають розвивати Інтернет-платформу, іноді навіть не маючи знань і вмінь, необхідних для ефективної роботи торгового підприємства, а тому стикаються з масою проблем, а саме:

1. Як вести облік?
2. Як моніторити ефективність рекламних компаній?
3. Як обробляти велику кількість заявок вчасно?

Окрім того, в умовах жорсткої конкуренції між торговельними компаніями успіх буде на боці того,

хто добре відчуває ринок – бачить, які товари в топі серед покупців, тобто найбільше користуються попитом, та чітко орієнтується у внутрішньому середовищі – знає, які товари є в наявності на складі та в якому обсязі необхідно здійснювати подальше їх придбання.

У даному контексті підприємці ставлять цілком слушні питання: чи можна спростити собі роботу, значно посилити контроль над бізнес-процесами та таким чином збільшити дохід компанії? Раціональне вирішення цих завдань можливе через використання інформаційних систем, які дозволяють автоматизувати торговельну діяльність. При цьому необхідно чітко розрізняти інформаційні системи, які направлені на автоматизацію ведення бухгалтерського обліку на торговельних підприємствах, і системи, що призначені для виконання облікових робіт, пов'язаних з оперативним обліком придбання, зберігання та продажу товарів.

Проте, незважаючи на очевидну вигоду від використання систем автоматизації, більша частина українських підприємців не використовує CRM-системи (*Customer Relationship Management* – управління взаємовідносинами з клієнтами) або через відсутність проінформованості, або через невдалий досвід впровадження. У 2017 р. компанія Бітрікс24 провела дослідження [1], у ході якого було з'ясовано, що 68% українських компаній не працюють з такими системами та не планують вкладати гроші в їх впровадження (рис. 1).

Ліва частина українських компаній працює з такими інструментами для здійснення обліку, як:

- ✦ офісні програми;
- ✦ 1С;
- ✦ М.е.Дос;
- ✦ Excel;
- ✦ власні розробки;
- ✦ паперова звітність.

Дані факти говорять про низьку обізнаність українського підприємницького середовища про доцільність впровадження CRM-системи. Проте вже в перші тижні користування підприємець побачить загальний корисний ефект у вигляді збільшення прибутків. Менеджер, своєю чергою, підвищить власну ефективність шляхом дотримання чіткого робочого плану (своєчасне здійснення дзвінків клієнтам, структуровані завдання на день/тиждень/місяць тощо), автоматичної фіксації звернень клієнтів, відстеження ключових бізнес-показників, доступної інформації про клієнтів тощо.

Тобто переваги впровадження CRM-систем очевидні: окрім зменшення кількості рутинної роботи та зручності контролю над бізнесом, вони дозволяють в разі збільшити дохід підприємства за рахунок оптимізації продажів [1].

До того ж, комплексна автоматизація передбачає не просто обладнання торгового залу електронними контрольно-касовими апаратами із системою штрихового кодування та об'єднання їх у мережу з персональними комп'ютерами, на яких виконуються облікові програми [2]. Сучасні програмні продукти для автоматизації обліку торговельної діяльності надають такі основні можливості: контроль рентабельності, управління закупками, контроль взаєморозрахунків, аналіз торговельної діяльності [2].

Автоматизована система також дозволяє значно поліпшити контроль за персоналом. Без автоматизації магазин веде, зазвичай, тільки сумарний облік. Інвентаризація може показати лише суму збитків. Натомість у програмній системі відома поточна кількість будь-якого товару в торговому залі або на складі, хто і коли взяв товар, куди і навіщо його перемістив [2].

Тому підприємство, яке забезпечує швидке обслуговування покупців на високому рівні, набуває постійних клієнтів. Тож програмна система повинна

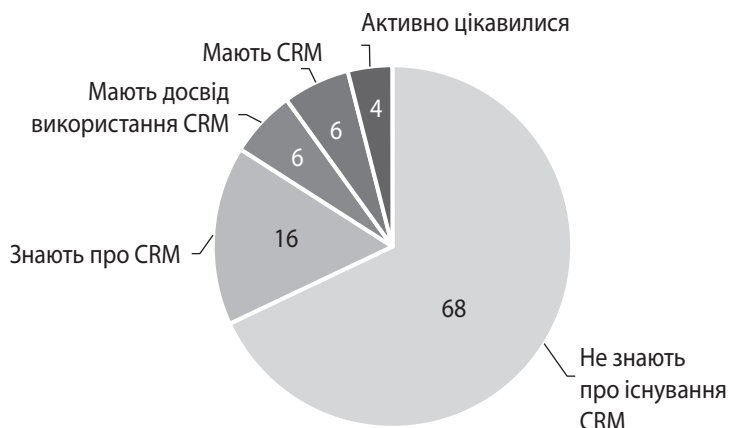


Рис. 1. Досвід використання CRM-систем респондентів, %

Джерело: розроблено на основі даних [1].

дозволяти швидко відповісти на будь-яке питання покупця про товар і його наявність, сформувавши рахунок у вказаній валюті, вказати всі необхідні знижки та націнки, зареєструвати оплату, зарезервувати та відпустити товар [2].

CRM-система для правильного й ефективного функціонування має базуватися на ряді принципів [3]:

1. *Ідентифікація*. Визначення того, хто є споживачами компанії, дасть змогу зрозуміти купівельну модель кожного окремого клієнта.
2. *Інтерактивність*. Пропозиція споживачам допомоги в автоматичному режимі заздалегідь підготованих блоків товарів, даних і послуг, які можуть представляти цінність для конкретного клієнта.
3. *Диференціація*. Необхідно знайти до кожного споживача індивідуальний підхід, звертаючись до систем цінностей і потреб кожного споживача.
4. *Відстеження*. Щоб краще розуміти своїх споживачів, необхідна фіксація всіх операцій кожного клієнта.
5. *Персоналізація*. Створення модулів товарів, інформаційних блоків і компонентів послуг, з яких можна створювати товари та послуги, адаптовані до потреб окремих споживачів.

У ході дослідження було розглянуто програмне забезпечення Sintiks як система, функціонування якої відповідає вищенаведеним принципам, що орієнтована на вирішення тих викликів, з якими стикаються підприємці, переходячи на онлайн-торгівлю. До функціоналу даної системи входить максимальний набір маркетингових інструментів та аналітики; можливості інтеграції з будь-якими потрібними інструментами та сервісами; месенджер-платформа для збору та роботи з коментарями, а також для взаємодії з ботами в соціальних мережах, приватних чатах; безкоштовний доступ для всіх співробітників [4].

Основною «unfair advantage» даної CRM-системи є офіційна інтеграція з Facebook, що свідчить про високий рівень довіри найглобальнішої соціальної мережі планети та безмежний доступ до всього функціоналу системи, можливість видозмінювати її, щоб залишатися максимально конкурентоспроможним у своїй ніші. Програмне забезпечення Sitniks CRM постійно розширює список доступних для налаштування сервісів та має можливість встановити інтеграцію практично з будь-яким інструментом через власний API. Система буде зрозумілою як для новачків, так і для досвідчених користувачів, котрі активно використовують CRM для роботи з великою кількістю заявок. Окрім того, Sitniks CRM пропонує своїм клієнтам попередній аналіз бізнес-процесів, тобто повне обстеження бізнесу для створення ідеальної CRM-системи під конкретні завдання та процеси [5].

До головного функціоналу програмного забезпечення на основі хмарної технології входять [4]:

- ✦ автоматична генерація заявок з Facebook та Instagram, яка виконується, по-перше, у режимі реального часу, а отже, всі заявки будуть оброблені вчасно, а, по-друге, інформація зберігається у зрозумілому табличному вигляді та проста у використанні;
- ✦ автоматична розсилка email та sms своїм клієнтам;
- ✦ використання інструментів телефонії та інші.

За свою недовгу історію діяльності Sitniks має кілька успішно впроваджених кейсів.

Кол-центр НТС [6]. *Завданням* команди Sitniks було забезпечити роботу компанії після запуску нової послуги «підтвердження заявок в СРА-мережах» та обслуговування таких проектів. *Рішення*: створення індивідуальної CRM-системи; безкоштовне підключення першого клієнта та впровадження всіх відповідальних; підключення телефонії на базі Октел і налаштування sms-інформування. У результаті впровадження клієнт використовує весь функціонал: автообзвін клієнтів, особисті кабінети для партнерів з білінгом та статистикою. Супроводження кол-центру в режимі 24/7 та підтримка телефонії.

Кратос. Системи безпеки [7]. *Завдання*: розробка CRM-системи для впровадження нового продукту на ринок охоронних послуг Харкова. *Рішення*: створення CRM-системи, інтегрованої з 1С та еквайрингом, а також підключення до чат-ботів; встановлення телефонії із записом та статистикою дзвінків; налаштування можливості здійснення дзвінків та відправлення розсилок до Телеграм-чату; підключення автоматичних розсилок email та sms клієнтам. Після підключення всіх сайтів до CRM компанія ефективно взаємодіє з клієнтами через розсилки та месенджери. Час обробки заявок значно знизився, підвищилася віддача від рекламної кампанії.

Zaglushki.com (найкрупніший виробник меблевих комплектуючих в Україні) [8]. Перед Sitniks було поставлено *завдання* щодо переведення всього виробництва та взаємодію з клієнтами з 1С на Sitniks CRM. *Рішення*: команда зайнялася створенням системи з можливістю присвоїти кожному клієнту свою вартість і знижки; налаштуванням модуля «Нова Пошта» з можливістю автоматичних генерацій ТТН і виставлення рахунків; створенням розсилки email та sms; підключенням телефонії на базі модуля «Октел»; забезпеченням ведення обліку. Після впровадження SITNIKS з прив'язкою до всіх сайтів компанія ефективно управляє виробництвом і збутом.

Подібних кейсів не тільки успішного, але й ефективного впровадження CRM-системи у компанії вдалося, незважаючи на її зовсім маленький термін існування. За цей час Sitniks став офіційним партнером Facebook, розширив список доступних для налаштування сервісів та продовжує це робити, створив-

ши більше 100 CRM-систем за індивідуальними запитами, що допомагає значно підвищити ефективність компаній та ін.

Наявність великої кількості конкурентів у даній ніші мотивує Sitniks зростати та розвиватися, створюючи дійсно корисний продукт з максимальною віддачою та ефективністю. Будь-який розробник CRM-системи намагається створити такий ресурс, який не тільки користувався би популярністю, значно спрощував управління бізнес-процесами, але й виділявся серед інших конкурентною перевагою.

Дослідивши функціонал деяких CRM-систем, можна прослідкувати спільну характеристику: розробники систем створюють такий продукт, який став би в нагоді для них самих, і Sitniks не є виключенням. Схожість CRM-систем – у їх відмінності.

У табл. 1 наведено результати проведеного порівняльного аналізу програмного забезпечення SITNIKS з подібними продуктами інших розробників.

Цінова доступність, легкість використання та простота інтерфейсу змушує користувачів інших CRM-систем переходити на Sitniks. Серед основних конкурентних переваг клієнти програмного забезпечення виділяють гнучкість (постійний бекап необхідних статистичних метрик для спостереження за процесом торгівлі) та персоналізованість (ідеальна система на основі попереднього аналізу бізнесу).

Для більш детальної оцінки було проведено SWOT-аналіз. На рис. 2 наведено сильні та слабкі сторони програмного забезпечення, а також головні проблеми та можливості подальшого розвитку.

Таблиця 1

Конкурентний аналіз програмного забезпечення Sitniks CRM

Критерій	Sitniks CRM	amoCRM	NetHunt
Диференціація	Індивідуальна CRM-система на основі попереднього аналізу конкретного бізнесу	Упровадження стандартної CRM-системи залежно від пакетного плану	Упровадження стандартної CRM-системи залежно від пакетного плану
Технологія	Хмарна технологія	Хмарна технологія	Хмарна технологія
Сфера впровадження	Інтегрується з Facebook, Instagram, поштою, веде облік сайтів	Інтегрується з Facebook, Instagram, поштою, веде облік сайтів	Призначений для gmail лід-менеджменту
Відстеження (формування звітів)	Так, система проводить регулярний бекап даних, самостійно формує результати по статистичних метриках у зручному форматі	Ні, доводиться залучати сторонніх спеціалістів для обліку необхідних метрик	Ні, функції автоматичного підрахунку метрик немає
Технічна підтримка	Персональний менеджер, що підтримує 24/7	Лише в режимі листування	Персональний менеджер
Обмеження користувачів	Безкоштовний доступ для всіх співробітників	Обмеження користувачів залежно від обраного тарифного плану	Обмеження користувачів залежно від обраного тарифного плану
Інтеграція із сервісами	Соціальні мережі, месенджери, електронна пошта, телефонія, смс і т ін.	Соціальні мережі, месенджери, електронна пошта, телефонія, смс	Орієнтований лише на сервіси Google
Інтеграція зі службами доставки	Так (Нова Пошта, IML, CDEK)	Ні	Ні
Можливість виставлення рахунків	Так	Ні	Ні
Простота та лаконічність	Оскільки компанія налаштовує кастомні розробки, то наявність непотрібних сервісів і функцій неможлива. CRM-система створена під кожного, тому її наповнення буде використовуватися по максимуму	Оскільки це стандартна CRM-система, що пропонує декілька тарифів, то під час впровадження даної системи є вірогідність заплатити за ту функцію/сервіс, використання якої/якого не є доцільним для Вашого бізнесу	Впроваджуючи систему вузької інтеграції (сервіси Google), може виникнути проблема недобору необхідних функцій (залежно від виду діяльності бізнесу)
Ціна	\$40	299–899 грн	\$10–20

Джерело: складено на основі [3; 9; 10].



Рис. 2. SWOT-аналіз програмного забезпечення SITNIKS

Джерело: авторська розробка.

Сильними сторонами досліджуваного продукту є кастомізація, інтеграція з безмежною кількістю сервісів, ціна та ін. До слабких сторін можна віднести короткий випробувальний період і відносно довгий термін впровадження, порівняно з подібними продуктами інших розробників.

Отже, компанії необхідно приділити більше уваги прискоренню процесу створення систем, попереднього аналізу бізнесу та зосередитись на закріпленні своїх позицій на ринку.

ВИСНОВКИ

Таким чином, Sitniks CRM – це не просто система для спрощення й автоматизації бізнес-процесів, це платформа, що працює на принципах індивідуального підходу, чіткої технічної роботи та простоти використання. Застосування CRM-системи забезпечить бізнесу приріст продуктивності, автоматизацію, регулярний бекап даних і чіткість вимірюваних метрик; дозволить ефективно планувати та контролювати; впровадить інтеграцію практично з будь-яким сервісом; гарантує доступність із будь-якого місця (хмарна технологія), а також покращення взаємовідносин з клієнтами. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Результати дослідження ринку CRM в Україні. URL: <https://www.bitrix24.ua> (дата звернення 20.03.2021).
2. Ковальовська І. А. Програмне забезпечення сучасного торгового підприємства. *Науковий огляд*.

2017. № 14. URL: <http://intkonf.org/kovalovska-ia-programne-zabezpechennya-suchasnogo-torgovogo-pidpriemstva/>

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. № 2. С. 89–94. URL: http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/2_58_2017_ukr/15.pdf
4. Офіційний сайт Sitniks CRM. URL: <https://Sitniks.com/>
5. Офіційна сторінка Sitniks у Facebook. URL: <https://www.facebook.com/SitniksCrm/>
6. Офіційний сайт Call-центр NTC. URL: <https://ntc-center.com/>
7. Офіційний сайт Кратос. URL: <https://kratos-systems.com/>
8. Офіційний сайт Zaglushki.com. URL: <https://zaglushki.com/>
9. Офіційний сайт amoCRM. URL: <https://www.amocrm.ru/tour/>
10. Офіційний сайт NetHunt. URL: <https://nethunt.ua/>

REFERENCES

- Kovalyovska, I. A. "Prohramne zabezpechennia suchasnoho torhovoho pidpriemstva" [Software of a Modern Trading Company]. *Naukovyi ohliad*, no. 14 (2017). <http://intkonf.org/kovalovska-ia-programne-zabezpechennya-suchasnogo-torgovogo-pidpriemstva/>
- Mozghova, H. V., Morozov, A. O., and Fomin, O. D. "Vykorystannia CRM-system na ukrainському rynku: osoblyvosti ta perspektyvy" [The Use of CRM-Systems in Ukrainian Market: Features and Prospects]. *Problemy systemnoho*

pidkhodu v ekonomitsi, no. 2 (2017): 89-94. http://psae-jrnل.nau.in.ua/journal/2_58_2017_ukr/15.pdf
 Ofitsiina storinka Sitniks u Facebook. <https://www.facebook.com/SitniksCrm/>
 Ofitsiyni sait amoCRM. <https://www.amocrm.ru/tour/>
 Ofitsiyni sait Call-sentr NTC. <https://ntc-center.com/>
 Ofitsiyni sait Kratos. <https://kratos-systems.com/>

Ofitsiyni sait NetHunt. <https://nethunt.ua/>
 Ofitsiyni sait Sitniks CRM. <https://Sitniks.com/>
 Ofitsiyni sait Zaglushki.com. <https://zaglushki.com/>
 "Rezultaty doslidzhennia rynku CRM v Ukraini" [Results of CRM Market Research in Ukraine]. <https://www.bitr24.ua>

УДК 330.101
 JEL: L88; G17; G21

СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В РОБОТІ ФІНАНСОВИХ УСТАНОВ*

©2021 ХОЛЯВКО Н. І.

УДК 330.101
 JEL: L88; G17; G21

Холявко Н. І. Сучасні інформаційні технології в роботі фінансових установ

Метою статті є визначення й опис сутності інноваційних інформаційних технологій, що сприяють диджиталізації ринку фінансових послуг. У статті проаналізовано сучасні інформаційні технології (мобільні застосунки, машинне навчання, «хмарні» технології, блокчейн, «великі дані», штучний інтелект та Інтернет речей). Розкрито не лише сутність і принципи роботи окреслених технологій, а й акцентовано увагу на напрямках їх використання в діяльності фінансових установ. Обґрунтовано, що імплементація інформаційних технологій дозволяє підвищити темпи диджиталізації банків, прискорити процес виведення на ринок і масштабування нових послуг, забезпечити вищу задоволеність клієнтів завдяки оперативному наданню послуг у комфортний для них спосіб і, у підсумку, сприяє диджиталізації сучасного ринку фінансових послуг. Автором визначено, що, незважаючи на існування низки переваг впровадження інформаційних технологій у роботу фінансових установ, вітчизняні банки достатньо обережно підходять до цього питання. Головними причинами цього є: нестача інвестицій, досвіду і знань; складності в адаптації технологій до певних специфічних банківських операцій та їх узгодження із чинним законодавством; недостатня розвиненість інформаційної й інноваційної інфраструктури; імовірність виникнення технічних помилок в управлінні та при використанні інформаційних технологій. Наголошується, що нині гостро стоїть проблема захисту персональних даних клієнтів, недопущення передачі їх третім особам, гарантування захисту інформаційних систем від зломів і кібератак.

Ключові слова: ринок фінансових послуг, інформаційні технології, диджиталізація, «хмарні» технології, блокчейн, «великі дані», штучний інтелект, Інтернет речей.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-5-152-161>

Рис.: 6. **Бібл.:** 26.

Холявко Наталія Іванівна – доктор економічних наук, доцент, Національний університет «Чернігівська політехніка» (вул. Шевченка, 95, Чернігів, 14035, Україна)

E-mail: nateco@meta.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2951-7233>

Researcher ID: G-6951-2014

UDC 330.101
 JEL: L88; G17; G21

*Kholiavko N. I. Modern Information Technologies in the Activities of Financial Institutions**

The article is aimed at defining and describing the essence of innovative information technologies that contribute to the digitalization of the financial services market. The article analyzes modern information technologies (mobile applications, machine learning, cloud technologies, blockchain, big data, artificial intelligence and the Internet of Things). Not only the essence and principles of the outlined technologies are covered, the focus is also on the directions of their use in the activities of financial institutions. It is substantiated that the implementation of information technologies allows increasing the pace of digitization of banks, accelerating the process of bringing new services to the market and scaling new services, ensuring higher customer satisfaction through the prompt provision of services in a comfortable way for them and, as a result, facilitates digitalization of the modern financial services market. The author defines that, despite the existence of a number of advantages of introducing information technologies into the work of financial institutions, domestic banks are quite cautious about this issue. The main reasons for this are: shortage of investment, experience and knowledge; difficulties in adapting technologies to certain specific banking operations and their coordination with the current legislation; lack of development of the information and innovation infrastructure; probability of technical errors in management and use of information technologies. It is emphasized that the problem of protecting the clients' personal data, preventing their transfer to third parties, ensuring the protection of information systems from hacking and cyberattacks is now of acute relevance.

Keywords: financial services market, information technology, digitalization, cloud technologies, blockchain, big data, artificial intelligence, Internet of Things.

Fig.: 6. **Bibl.:** 26.

Kholiavko Nataliia I. – D. Sc. (Economics), Associate Professor of the Department of Finance, Banking and Insurance, National University "Chernihiv Polytechnic" (95 Shevchenko Str., Chernihiv, 14035, Ukraine)

E-mail: nateco@meta.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2951-7233>

Researcher ID: G-6951-2014

* This research is carried out within the framework of the scientific project «Transformation of households' behavior in the financial services market in the context of digitalization» with the support of the Ministry of Education and Science of Ukraine.

The research has been performed within a scholarship for online scientific internship at Fil. Dr. Jan-U. Sandal Institute (Norway) during the period April 14 to May 26, 2021, according to the inter-institutional agreement.