**М. П. Чайковська**
*д.е.н., проф.*

# СУЧАСНІ КОНВЕРГЕНТНІ ВИКЛИКИ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОЇ ПІДТРИМКИ МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕТУ

Сучасний світ переживає багатовимірні трансформації в технологічній, економічній, маркетинговій сферах, які пов'язані не лише с процесами цифровізації, а й посиленням впливу макроекономічних та геополітичних чинників. Це вимагає пошуку нових гнучких підходів при розробці стратегій оперативного корегування інформаційно-аналітичного забезпечення управління маркетинговою діяльністю до конвергентних викликів сьогодення.

Еволюція маркетингових парадигм з продукторієнтовної до клієнторієнтовної та холістичної обумовлює зміщення орієнтирів прийняття маркетингових рішень та досягнення загальних стратегічних цілей підприємства в напрямку оптимізації управління взаємовідносинами з клієнтами через впровадження Customer Relationship Management (CRM) стратегії. Тому важливим елементом інформаційно-аналітичної підтримки маркетинг-менеджменту сучасного підприємства, ефективним інструментом персоніфікованих інформаційних комунікацій, оперативним інформаційним джерелом прийняття управлінських рішень стають CRM-системи [1].

Тенденції українського ринку CRM-систем з одного боку відображають глобальні світові тренди (хоч знов ж такі з вітчизняною специфікою щодо пріоритизування та ще більш динамічних темпів розвитку), але й потужні місцеві фактори, такі як економічні зміни, війна, міграція бізнесів, динамічність адаптації до нових

умов діяльності, що створює критичні виклики як для українських підприємств, так й для розробників CRM-систем [2].

Згідно дослідженню компанії Ringostat [3] біля 20 % українських підприємств все ще використовують російські CRM-системи, а біля 10 % збираються їх впроваджувати навіть через пропозиції Верховної Ради України законопроєкту про заборону використання російських програмних продуктів.

Перехід на альтернативні вітчизняні CRM-системи сьогодні це не лише питання технічної модернізації інформаційно-аналітичного забезпечення. Це механізм зміцнення національної безпеки України, запобігання загроз кібербезпеки підприємств та репутаційних ризиків, порушення етичних норм. Цей перехід є частиною макроекономічної стратегії імпортозаміщення, спрямованої зменшення залежності від технологій країн, що становлять потенційну загрозу. І цей процес повинен відбуватися динамічно, в короткі терміни, але не поступаючись якістю програмних продуктів.

Переформатування сегменту CRM-систем українського IT-ринку останні два роки відбувається шаленими темпами, крім посилення ролі західних систем (Salesforce, HubSpot, Zoho, тощо) експоненційно зростають пропозиції саме українських розробок (NetHunt, Pipedrive, HubSpot, Uspacy, Perfectum, LBS Cloud; Wlaunch, Integrica, EasyWeek; Keepin CRM, KeyCRM, OneBox, SITNIKS, QUINCEFIN, Bimp та інш.), які є більш безпечними, функціональними, національно адаптованими та вигідними для локального ринку.

Проте, щоб бути дійсно конкурентоспроможними ці системи повинні забезпечувати вищий рівень безпеки та функціоналу, якість та надійність підтримки, можливості інтеграції, гарантувати стабільність роботи та високу надійність даних, враховуючи міжнародні стандарти захисту.

За даними інтеграторів CRM-систем якщо в 2021–2022 роках в Україні впроваджувалася лише 5 % вітчизняних розробок, то в 2024 році цей показник перевищив 50 %. В той час як частка західних систем зросла з 23 % (2021 рік) до 33 % (2024 рік). Також спостерігається зниження частки кастомних CRM-систем з 15 % (2021 році) до 5 % (2024 році) [4]. Це свідчить про високий потенціал та ефективність українських розробників як в технологічному, так й інформаційно-маркетинговому напрямку.

Українські CRM-системи не лише відповідають сучасним технологічним трендам, таким як: мобільність, омніканальність, впровадження AI (Artificial Intelligence,) Big Data, Blockchain, Cloud computing, SaaS (Software as a Service).

Вони враховують потребі саме українського бізнесу, специфіку бізнес-процесів галузей та підприємств. Пандемія та війниа змусила конвергувати он-лайн та оф-лайн підходи ведення бізнесу або повністю перейти в цифрове середовище, тому українські CRM-системи забезпечують безперервну комунікацію з клієнтами та командою онлайн та інтегруються з популярними платформами для віддаленої роботи, такими як Zoom, Slack, Microsoft Teams. Важлива вимога українського бізнесу – легкість масштабування функціоналу, можливість інтегрування з іншими модулями ERP для комплексного управління бізнесом.

Крім того українські CRM-системи пропонують фінансову доступність і локалізацію для українських підприємців. Вони також забезпечують інтеграцію з місцевими сервісами, такими як платіжні системи Приватбанк та Monobank, служби доставки (Нова Пошта, Укрпошта), і маркетплейси (Rozetka, Prom, OLX).

Для прискорення міграції даних на вітчизняні CRM-системи та полегшення адаптації персоналу до нової системи українські інтегратори пропанують безкоштовний тестовий період, безкоштовну допомога в налаштуванні інтеграцій із сайтом, SMS, телефонією, Instagram, Facebook, Viber, Telegram, безкоштовну допомогу в імпорті бази клієнтів з попередньої CRM-системи, навчання персоналу, проведення тренінгів для співробітників.

Сьогодні як український IT-ринок с одного боку, так й вітчизняні підприємства з іншого шукають дієві механізми протистояння актуальним конвергентним викликам. Досвід переформатування українського ринку CRM-систем та практичні результати трансформацій інформаційно-аналітичного забезпечення маркетинг-менеджменту підприємств на вітчизняні продукти свідчить про реальні можливості та перспективи інтеграції сучасних технологій, що відповідають вимогам безпеки, масштабування, специфічним потребам, мають локалізовану підтримку та дозволять оптимізувати маркетингові бізнес-процеси, захищаючи себе від потенційних кіберзагроз та правових ризиків.

***Список використаної літератури***


1. Chaikovska M. Convergence of Green IT technologies and multidimensional transformations of information and analytical support in the digital maturity management of marketing systems. *Наука, освіта, культура* : зб. статей міжнар. наук.-практ. конф. Комрат : КГУ, 2023. Т. 1. С. 20–24
2. Алексеєвська, Г., & Чайковська, М. Трансформація ІКТ-сектору в Україні: аналіз тенденції та стратегія сталого розвитку. *Економіка та суспільство.* 2024. № 60.
3. Офіційний сайт Ringostat. URL: https://ringostat.com/uk/integrations/crm/
4. All Retail. URL: https://allretail.ua/ru/analytics/79415-issledovanie-ringostat-deystvitelno-li-ukrainskiy-biznes-otkazyvaetsya-ot-rossiyskih-crm-sistem