

## Reference

1. Krugman, P. R. International economics: theory & policy / P. R. Krugman, M. Obstfeld, M. J. Melitz. - 9th ed. - Boston: Pearson Education, Inc, 2012. - 736 p.
2. Chernov NA The Foreign Trade of Russia: The Gravitational Approach, Bulletin of the University No. 4, 2017. UDC 339. <https://cyberleninka.ru/article/v/vneshnyaya-torgovlya-rossii-gravitatsionnyu-podhod>
3. Anderson J.E., van Wincoop E. Trade Costs // Journal of Economic Literature. 2004. 42. P. 691-751.
4. <http://geostat.ge>
5. <https://knoema.ru/atla>
6. T Munjishvili, A Mikaberidze The computer simulator-a modern training method of objects of an economic profile; Journal of Fundamental and Applied Sciences 10 (4S), 229-233

### **Антонюк П.П.**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,  
Хмельницький національний університет*

## **CRM-СИСТЕМИ НА УКРАЇНСЬКОМУ РИНКУ**

На сьогоднішній день CRM-системи є невід'ємним інструментом функціонування провідних бізнес-структур, що дозволяє їм набагато ефективніше встановлювати та розвивати відношення з клієнтами. Проте в Україні впровадження CRM-систем проходило повільніше, ніж у всьому світі. Зараз відставання українських компаній – як постачальників, так і замовників рішень, в розумінні та освоєнні технологій для управління взаємодією з клієнтами швидко скорочується. Але досягнення світових стандартів представниками українського ринку CRM-технологій вимагає подальшого вивчення аспектів впровадження систем управління відносинами з клієнтами. Саме цим обумовлюється актуальність досліджень у цій сфері.

Управління відносинами з клієнтами (CRM) – поняття, що охоплює концепції, які використовуються компаніями для управління їхніми взаємовідносинами зі споживачами, включаючи збір, зберігання й аналіз інформації про споживачів, постачальників, партнерів та інформації про взаємовідносини з ними. Сучасна CRM-концепція направлена на вивчення ринку і конкретних потреб клієнтів.

Разом з розвитком інноваційних технологій CRM стала функціонувати у віртуальному просторі, поєднавшись з глобальною мережею Internet та здобула ряд інструментів, одна з яких – е-CRM-система. Стандартна оффлайн CRM система – це набір додатків, функцій та інструментів, пов'язаних єдиною бізнес-логікою і інтегрованих в єдину корпоративну інформаційну середу компанії.

Е-CRM-система додає до типових функцій такого класу систем можливості індивідуальної взаємодії з клієнтами у віртуальному просторі. Тобто вона привносить переваги та динаміку електронного бізнесу в процеси комунікацій зі реальними та потенційними споживачами.

Сьогодні кількість підприємств, що використовують у своїй діяльності CRM-системи, зростає. Це зумовлено тим, що автоматизовані системи з управління

відносинами з клієнтами пропонують низку серйозних переваг, які й обумовлюють актуальність їх використання.

Перш за все, головним результатом використання CRM-систем є відчутне зростання продажів. Одночасно знижуються витрати на заходи із залучення клієнтів. В результаті чого доцільно виділити низку переваг, які отримує підприємство при використанні CRM-систем:

- оперативне прийняття рішень завдяки систематизації даних та прискоренню їх обробки;
- раціональне використання робочого часу, оскільки співробітники можуть швидко отримувати всю інформацію без необхідності тимчасових витрат на її пошук;
- продуктивність маркетингових заходів за рахунок індивідуалізації, що є результатом використання інформації про кожного окремого клієнта;
- висока точність звітів;
- вірна розстановка пріоритетів;
- зниження використання паперових документів;
- поліпшення якості обслуговування і, як наслідок, мінімізація втрат клієнтського потоку;
- порядкування робочих процесів, виключення виконання подвійної роботи співробітниками;
- підвищений захист даних.

Таким чином можна зробити висновок, що CRM-системи – це один з найбільш перспективних напрямів розвитку українського бізнесу. В Україні CRM вже активно використовується низкою підприємств та зарекомендували себе як ефективний інструмент регулювання взаємовідносин з клієнтами.

### **Література**

1. Можливості використання CRM-систем / електронний ресурс. – Режим доступу: <https://www.terrasoft.ua>
2. Головні тенденції українського ринку CRM-систем / електронний ресурс. – Режим доступу: <https://crosssellguide.com>

### ***Богатчик Л.А.***

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри обліку, аудиту та оподаткування,  
Хмельницький національний університет*

## **ФУНКЦІЇ КЛАСТЕРІВ ЯК ІНСТИТУТУ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ**

Перетворення кластерів на важливий інститут інноваційного розвитку більшості регіонів України обумовлює необхідність визначення їх ролі при формуванні пріоритетів територіальної організації соціально-економічних систем. Аналіз публікацій вітчизняних та зарубіжних науковців за цим напрямом дозволив виявити два підходи до вивчення змісту функцій регіональних кластерів.