Додаток до матеріалів
Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції

«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ІННОВАЦІЇ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ»

на честь 95-річчя ХНЕУ ім. Семена Кузнеця

присвячена видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману

Тези доповідей

21 листопада 2025 року
м. Харків, Україна

Харків
2025

Рекомендовано на засіданні вченої ради Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (протокол № 8 від 26.11.2025 р.), вченої ради Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України (протокол № 12 від 11.11.2025 р.)

Рецензенти: **Криворучко Оксана Миколаївна,** доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту Харківського національного автомобільно-дорожнього університету (Харків, Україна);
Назарова Галина Валентинівна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри соціальної економіки Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (Харків, Україна);
Райко Діана Валеріївна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу Національного технічного університету «Харківський політехнічний університет» (Харків, Україна)

Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики : матеріали XX Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 21 листопада 2025 р. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2025. Укр. мова, англ. мова

Наведено результати наукових досліджень учасників XX Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки і практики» на честь 95-річчя ХНЕУ імені Семена Кузнеця, присвяченої видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману. Розглянуто історико-теоретичні засади інноваційного підходу до економіки державного сектора; цифрові моделі продуктивних управлінських відносин у сучасних організаціях; роль стійких інновацій у забезпеченні довгострокової конкурентної переваги; методологічні основи удосконалення зовнішньоекономічної політики України в умовах глобальної конкуренції; особливості трансформації цифрової економіки на основі досвіду ЄС; цифровізацію центрів надання адміністративних послуг і зміцнення стійкості людських ресурсів у громадах України, що формує нові орієнтири підвищення їх конкурентоспроможності. Всі питання розглянуто в контексті сучасних умов воєнних дій і повоєнного відновлення економіки України, враховуючи досвід інших країн світу.

Видання складається зі збірки тез доповідей учасників конференції. Представлений матеріал може бути корисним для використання у подальших наукових дослідженнях, практичній діяльності підприємств і організацій для підвищення конкурентоспроможності й інноваційного розвитку. Рекомендовано фахівцям різних галузей економіки, державним службовцям, представникам бізнесу, наукових, освітніх і громадських організацій.

ЗМІСТ

Секція 1
Проблеми стратегічного управління конкурентоспроможністю на основі інновацій

Akulich A. Transport and Forwarding Activities as a Factor in the Formation of Strategic Advantages for Enterprises 79

Амельянчик О. Д. Аналіз управління конкурентоспроможністю видавничих компаній 83

Ангелуца Ю. К. Методи мотивації професійного розвитку персоналу в умовах воєнного стану 87

Ахмедова Л. Е. Розроблення маркетингової стратегії підприємства в умовах воєнного стану 92

Белявцева Р. В. Методи планування виробничої діяльності підприємства в сучасних умовах господарювання 96

Бєлікова Н. В., Мухін В. А. Наукове підґрунтя оцінювання регіонального розвитку 101

Бобринцев П. В. Прагматизм та дисемінація в управлінні резильєнтністю підприємств: умови невизначеності 106

Бондар В. О. Підходи до оцінювання персоналу та ефективності управління персоналом підприємства 111

Бондаренко А. О. Оцінювання ефективності управління збутовою діяльністю підприємства 116

Боярський Д. Д. Напрями збереження і розвитку трудового потенціалу підприємства в умовах воєнного стану 120

Будрейко М. А. Кількісні індикатори соціально-економічного забезпечення розвитку системи охорони здоров'я 124

Томах В. В. Креативне управління як інструмент формування гнучких моделей кар'єрного розвитку персоналу 441

Тонкошкур Ю. М. Особливості використання цифрових технологій в управлінні підприємством освітньої сфери 445

Трибрат І. Ю. Роль цифрової трансформації підприємства у формуванні стійких конкурентних переваг 450

Устименко В. М. Логістична система приватного підприємства та напрями її вдосконалення у воєнний час 455

Федорін Д. О. Особливості управління товарними запасами торговельної мережі та шляхи адаптації в умовах військового часу 459

Харківська Д. К., Колодізєва Т. О. Удосконалення системи комунікацій логістичних компаній з клієнтами на основі CRM 464

Хівренко А. В. Теоретичні засади контролю якості в системі доставки вантажів 469

Царицанська О. І. Антикризова програма підприємства як інструмент адаптації до нестабільності 473

Циганок Ю. С. Цифрові рішення для «зелених» ланцюгів постачання 477

Чанцева А. В. Інноваційний менеджмент як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємства в умовах війни 482

Чернова В. В. Інноваційні технології в управлінні складом як чинник зростання конкурентоспроможності підприємств 486

УДК 005.932:004

Удосконалення системи комунікацій логістичних компаній з клієнтами на основі CRM

Харківська Дар'я Костянтинівна,
студентка 4 курсу, ННІ менеджменту і маркетингу,
ХНЕУ ім. С. Кузнеця (м. Харків, Україна),
e-mail: daria.kharkivska@hneu.net;

Колодізєва Тетяна Олександрівна,
канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту, логістики та інновацій,
ХНЕУ ім. С. Кузнеця (м. Харків, Україна),
e-mail: kolodizeva@ukr.net

У сучасному світі триває активне цифрове перетворення в усіх галузях, зокрема в логістичній, де важливе значення має якісно побудована комунікація між організацією та споживачами. Крім того, з кожним роком посилюється конкуренція, зростають вимоги до швидкості та прозорості обслуговування, тому впровадження CRM-систем має суттєвий вплив на діяльність підприємств та їхню взаємодію з клієнтами.

Проблеми та шляхи підвищення ефективності бізнесу на основі впровадження CRM-систем розглядались багатьма ученими, серед яких Кобилюх О., Гірна О. [2], Димченко О. В., Панова О. Д., Коненко В. В. [3], Чорнуха О. [4] та ін., але перспективи удосконалення системи комунікацій логістичних компаній з клієнтами на основі CRM ще потребують уточнення, що визначило мету цього дослідження.

CRM-система (англ. Customer Relationship Management, управління взаємовідносинами з клієнтами) – це програмне забезпечення, що дозволяє компаніям автоматизувати взаємодію зі споживачами, збільшуючи обсяги продажів, оптимізуючи маркетингову діяльність і поліпшуючи якість обслуговування споживачів шляхом збереження інформації про клієнтів та історію взаємодії з ними, встановлення

та поліпшення бізнес-процесів і подальшого аналізу результатів [3, с. 149–150].

Логістичні CRM-системи – це те ж саме програмне забезпечення для управління взаємовідносинами з клієнтами, але розроблене для підприємств, які перевозять товари або надають логістичні послуги. Такі системи мають низку переваг для діяльності логістичних компанії: вони допомагають організаціям оптимізувати операції з доставки, підтримуючи міцні відносини протягом усієї доставки, автоматизувати бізнес-процеси, інтегрувати всі канали спілкування в одне ціле та персоналізувати комунікацію, що призводить до посилення конкурентоспроможності, зростання обсягів продажів та прибутку в цілому.

За даними компанії Forbytes, 59% підприємств зазначають, що CRM-система сприяє зростанню задоволеності та лояльності клієнтів [6]. Крім того, CRM забезпечує оновлення в режимі реального часу, чітку комунікацію та своєчасність поставок, що робить взаємодію з клієнтами більш ефективною.

Завдяки переліченим можливостям та перевагам логістичних CRM-систем компанії мають можливість долати типові проблеми, з якими стикаються впродовж логістичної діяльності, та перетворювати їх на конкурентні переваги в процесі взаємодії з клієнтами (*табл. 1*).

Починаючи використовувати CRM-системи, логістичні компанії отримують можливість комплексно оптимізувати взаємодію з клієнтами, усуваючи проблеми, пов'язані зі швидкістю обробки звернень, персоналізацією, точністю даних та контролем операційних процесів.

Важливою складовою якісного сервісу також є використання різних каналів зв'язку, що дозволяє забезпечувати оперативність і зручність комунікації для клієнтів (*рис. 1*).

Таблиця 1

Вплив CRM на вдосконалення взаємодії логістичних компаній з клієнтами

Проблеми, що виникають	Рішення від CRM-системи	Вплив на взаємодію з клієнтами
Високі витрати на залучення нових клієнтів	Формування бази лояльних клієнтів, автоматизація комунікацій	Підвищується повторність замовлень та термін співпраці з клієнтом
Низька персоналізація та складність у веденні бази	Збір історії звернень, даних про поведінку та переваги клієнта, централізоване збереження документів	Клієнт отримує індивідуальні пропозиції та швидшу реакцію на запити
Повільне опрацювання звернень	Автоматизація процесів, нагадування, пріоритизація заявок	Підвищення якості сервісу та швидкості відповіді
Неефективна сегментація клієнтів і висока частка неприбуткових клієнтів	Автоматичний поділ бази за критеріями (вартість, частота, географія тощо) та виявлення найцінніших клієнтів	Фокус на перспективних споживачах, підвищення прибутковості взаємодії, актуальні маркетингові розсилки
Людський фактор, помилки та брак контролю	Система контролю дій, планування завдань з нагадуваннями та облік показники ефективності співробітників	Менше помилок у перевезеннях, підвищення якості консультацій та збереження довіри
Брак оперативної статистики і звітності	Автоматичне формування звітності, аналітичні панелі	Менше затримок у комунікації, швидше вирішення проблемних ситуацій

Джерело: розроблено автором на основі [4; 5]

Прикладом застосування CRM у логістиці є міжнародний оператор GANEX, який співпрацює з такими відомими компаніями, як Samsung та Danone. Для вирішення проблем контролю комунікацій та аналітики компанією була впроваджена CRM-система Creatio та здійснена її інтеграція з платформою телефонії Ringostat, що дозволило автоматизувати створення контактів, заявок і завдань, забезпе-

чити омніканальні комунікації між офісами та відстежувати показники в реальному часі, підвищити швидкість обміну інформацією, прозорість процесів і якість обслуговування клієнтів [1].

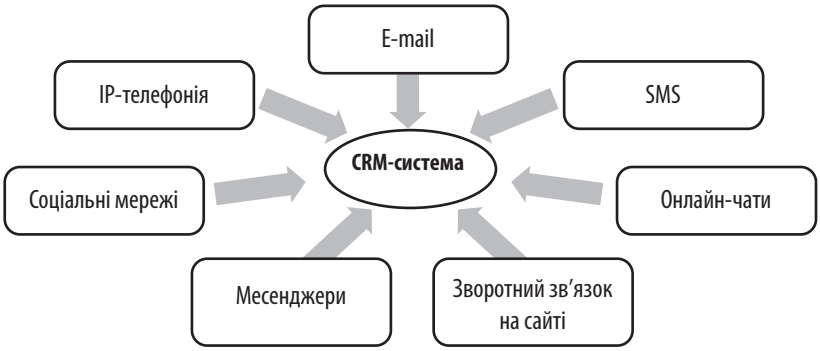

Рис. 1. Омніканальна комунікація на базі CRM

Джерело: розроблено автором

Отже, удосконалення системи комунікацій логістичних компаній на основі CRM є важливим кроком у підвищенні ефективності обслуговування клієнтів та зміцненні ринкових позицій підприємства. CRM-системи дозволяють не лише оптимізувати взаємодію з клієнтами, а й забезпечити оперативність, прозорість та персоналізацію сервісу.

Вважаємо за доцільне поглиблення вивчення процесів інтеграції CRM із суміжними інформаційними системами підприємства з метою формування єдиного цифрового середовища управління логістичними операціями, що може розглядатися як перспективи подальших наукових досліджень.

Література

1. Кейс: впровадження інтеграції Ringostat та CRM Creatio для логістичної компанії // Блог Ringostat: статті про маркетинг та аналітику. URL: https://blog.ringostat.com/uk/kcrm-creatio/

2. Кобилюх О., Гірна О. Сучасні підходи до логістичного обслуговування клієнтів на основі використання CRM-системи. *Академічні візії.* 2022. № 10–11. С. 3–12.

DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.7025204

3. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність : підручник / за заг. ред. О. В. Димченко; [О. В. Димченко, О. Д. Панова, В. В. Коненко та ін.]. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 432 с. URL: http://eprints.kname.edu.ua/62084/

4. Чорнуха О. Впровадження CRM-системи: Роль CRM в підвищенні ефективності бізнесу // TQM systems. URL: https://tqm.com.ua/ua/likbez/crm-systemy/rol-vprovadzhennia-crm

5. CRM для транспортних компаній та логістів // Avada Media. URL: https://avada-media.ua/services/crm-logistik/

6. Logistics CRM: The Key to a More Successful Business // Forbytes. URL: https://forbytes.com/blog/logistics-crm/