

(Server Utilization) та Витрати на хмарні сервіси (Cloud Spend), що є прямою витратою на технічні ресурси.

3. *Ресурси людського капіталу.* Ця категорія підкреслює витрати, пов'язані з найціннішим активом ІТ-компаній – її співробітниками. Плинність кадрів (Employee Turnover Rate) відображає витрати, пов'язані з відтоком співробітників, а також опосередковані витрати на втрату знань. Вартість навчання та розвитку (Training & Development Cost per Employee) показує інвестиції в розвиток персоналу. Нарешті, Час закриття вакансій (Time to Fill Vacancies) є важливим показником ефективності процесу найму та відображає час, протягом якого потенційні доходи або продуктивність можуть бути втрачені через відсутність фахівців.

Ці показники в сукупності дають детальне уявлення про те, які ресурси та в якій кількості споживає ІТ-підприємство для досягнення своїх цілей.

Література

1. Малишко В.С., Літвінов О.С. Показники ефективності відтворення нематеріальних ресурсів підприємства. *Вісник соціально-економічних досліджень*. Одеса : ОНЕУ. 2015. №. 2 (57). С. 144-149.
2. Ненюк К.С., Літвінов О. С. Проблеми класифікації видів ефективності та її показників. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2015. № 7 (227). с. 45-54.
3. Сукач О. О., Літвінов О. С. Ефективність витрат на оплату праці як фактор конкурентоспроможності підприємства. *Конкурентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрями підвищення : монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового*. Одеса : Атлант, 2013. С. 459-470.
4. Журенко А.В., Літвінов О.С. Проблеми визначення сутності економічної ефективності. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2017. №6 (248). С. 67-80.

УДК: 338.436:339.562/564

Вячеслав Кузель

доцент кафедри комерційної діяльності та логістики

КНЕУ імені Вадима Гетьмана, Україна

kuzhel.viacheslav@kneu.edu.ua

Діана Петренко

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти

освітньо-професійна програма/спеціалізація «Комерційна діяльність і логістика»

КНЕУ імені Вадима Гетьмана, Україна

diana2002petrenko@gmail.com

СУЧАСНІ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ КОМПАНІЇ «НОВА ПОШТА»)

MODERN INTERNET TECHNOLOGIES IN MANAGING THE COMMERCIAL ACTIVITIES OF AN ENTERPRISE (A CASE STUDY OF NOVA POSHTA COMPANY)

Анотація. У статті розглянуто роль сучасних інтернет-технологій у системі управління комерційною діяльністю підприємства. Проаналізовано основні напрями цифрової трансформації бізнес-процесів на прикладі компанії «Нова пошта». Визначено ключові інструменти електронної комерції, CRM-систем, Big Data, а також впровадження автоматизованих сервісів у логістичних процесах.

Abstract. The article examines the role of modern Internet technologies in managing a company's commercial activities. The main directions of digital transformation of business processes are analyzed on the example of "Nova Poshta." The key tools of e-commerce, CRM systems, Big Data, and the implementation of automated logistics services are defined.

Ключові слова: інтернет-технології, комерційна діяльність, цифровізація, CRM, електронна комерція, Нова пошта.

Key words: Internet technologies, commercial activity, digitalization, CRM, e-commerce, Nova Poshta.

У сучасному глобалізованому світі інформаційні та інтернет-технології стали основою розвитку бізнесу, забезпечуючи швидкість, прозорість і гнучкість управління підприємствами. Інтернет-комунікації та електронна комерція, автоматизовані інформаційні системи та цифрова аналітика перетворилися на ключові чинники конкурентоспроможності компаній, незалежно від сфери їх діяльності [1, с. 54-55].

Особливе значення цифрові технології мають у логістиці та сфері доставки, де швидкість прийняття рішень, точність обробки замовлень і якість клієнтського сервісу є критично важливими для підтримки позитивного іміджу бренду. Яскравим прикладом підприємства, яке успішно впроваджує сучасні інтернет-технології, є компанія «Нова пошта» — лідер ринку експрес-доставки в Україні, що забезпечує доставку понад 1 млн посилок щоденно та обслуговує мільйони клієнтів через фізичну і цифрову інфраструктуру [7].

Метою мого дослідження є аналіз сучасних інтернет-технологій, які застосовуються компанією «Нова пошта» у процесі управління комерційною діяльністю, а також визначення перспектив розвитку цифрових інструментів у сфері логістики.

Основні завдання дослідження полягають у з'ясуванні сутності інтернет-технологій і визначенні їхньої ролі у підвищенні ефективності управління підприємством, дослідженні прикладів цифрових рішень, реалізованих компанією «Нова пошта», аналізі впливу впровадження інформаційних систем на результативність управлінських процесів, а також окресленні можливих шляхів вдосконалення комерційної діяльності підприємства з використанням інтернет-технологій.

«Нова пошта» є прикладом компанії, яка комплексно використовує інтернет-технології на всіх рівнях управління: від стратегічного планування до операційного виконання. Її цифрова стратегія базується на принципах автоматизації, інтеграції даних і клієнтоорієнтованості.

Одним із ключових елементів цифрової екосистеми є CRM-система, що дозволяє централізовано обробляти звернення клієнтів, формувати базу даних про історію відправлень, відстежувати поведінку користувачів і персоналізувати пропозиції [2, с. 121]. Це сприяє підвищенню рівня лояльності клієнтів та оптимізації процесів продажу.

Крім того, підприємство використовує ERP-систему, інтегровану з логістичними та фінансовими модулями, що дозволяє автоматизувати управління запасами, планування маршрутів, облік доходів і витрат. Завдяки цьому забезпечується узгодженість між різними підрозділами компанії та оперативне прийняття управлінських рішень [3, с. 88].

Важливою складовою є впровадження Big Data та Business Intelligence, що дає змогу аналізувати великі масиви інформації про клієнтів, маршрути доставки, навантаження відділень, сезонність замовлень тощо. Це дозволяє компанії прогнозувати попит, визначати оптимальні логістичні стратегії та мінімізувати витрати [4,5 с. 5].

Серед цифрових сервісів, орієнтованих на клієнта, слід відзначити мобільний додаток «Нова пошта», який став одним із найпопулярніших бізнес-застосунків в Україні. Через додаток користувачі можуть оформлювати відправлення, оплачувати доставку, генерувати електронні документи, а також відстежувати статус посилок у режимі реального часу [6, с. 48].

Компанія забезпечує цілодобову підтримку клієнтів за допомогою онлайн-чатботів у популярних месенджерах (Telegram, Viber, Facebook Messenger), які надають відповіді на стандартні запити, інформацію про тарифи та відстеження відправлень. У 2024 році «Нова пошта» значно підвищила ефективність, впровадивши штучний інтелект для автоматичної обробки звернень, що дозволило скоротити середній час відповіді з 10 до 2 хвилин. Крім того, компанія зосереджена на кібербезпеці та захисті персональних даних, маючи власний центр безпеки інформаційних систем, який контролює транзакції, авторизацію та шифрування комунікаційних каналів.

Також «Нова пошта» є одним із перших логістичних операторів України, який впровадив електронний документообіг (е-ТТН), що дозволяє підприємствам оформлювати транспортні документи онлайн без використання паперових носіїв, скорочуючи час на обробку до 60%.

Важливо, що компанія активно інвестує у хмарні технології. Перенесення внутрішніх баз даних до хмарних платформ дозволяє підвищити масштабованість системи, зменшити витрати на ІТ-інфраструктуру та забезпечити безперебійний доступ до корпоративних ресурсів у будь-якій точці країни.

Застосування сучасних інтернет-технологій у діяльності компанії «Нова пошта» забезпечує підвищення ефективності управління, автоматизацію бізнес-процесів, зміцнення взаємодії з клієнтами та розширення ринкових можливостей. Цифрові рішення дозволяють скоротити витрати, покращити якість логістичних послуг та забезпечити швидке реагування на зміни зовнішнього середовища.

Таким чином, досвід «Нової пошти» демонструє, що впровадження інтернет-технологій є не лише інструментом цифрової модернізації, але й стратегічним фактором успіху підприємства на сучасному конкурентному ринку.

Література

1. Бутенко, Н. В. Інформаційні технології в управлінні підприємством. Київ: КНЕУ, 2021. С. 54-55
2. Грицько, Т. І. Цифрова економіка: сучасні тренди розвитку. Харків: ХНУРЕ, 2022. С. 121
3. Дьяків, С. П. Big Data в управлінні бізнес-процесами. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2023. С. 88
4. Коваленко, О. В. Інтернет-маркетинг і електронна комерція. Київ: Центр учбової літератури, 2020. С. 5
5. Laudon, K. C., & Traver, C. G. E-commerce 2023: Business, Technology, and Society. Pearson, 2023. С. 5
6. Олійник, І. М. Інноваційні технології управління в логістичних компаніях. Дніпро: Університет митної справи, 2022. С. 48
7. Офіційний сайт компанії «Нова пошта». URL: <https://novaposhta.ua>

УДК: 339.138:004.42

Андрій Закревський

*к.е.н., доцент кафедри комерційної діяльності і логістики,
КНЕУ імені Вадима Гетьмана, Україна
zakrevskiy1982@gmail.com*

Андрій Герасько

*здобувач другого (магістерського) рівня вищої світи
освітньо-професійна програма/спеціалізація «Комерційна діяльність і логістика»
КНЕУ імені Вадима Гетьмана, Україна
agerasko40@gmail.com*

ОПТИМІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ ПРОДАЖІВ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ CRM-СИСТЕМ І АНАЛІТИКИ ДАНИХ

OPTIMIZATION OF SALES PROCESS USING CRM SYSTEMS AND DATA ANALYTICS

Анотація. У статті обґрунтовано перспективи оптимізації процесу продажів та підвищення ефективності компаній із використанням CRM-систем і аналітики даних. Розглянуто методи централізації інформації про клієнтів, автоматизації рутинних процесів та інтеграції аналітичних платформ для прогнозування продажів. Проведено аналіз функціональних рівнів CRM-систем, включно з використанням алгоритмів машинного навчання для персоналізації пропозицій та оцінки ризиків. Показано, що застосування аналітики даних сприяє підвищенню точності прогнозів, оптимізації маркетингових кампаній, підвищенню продуктивності менеджерів і ефективності взаємодії з клієнтами. Висвітлено значення інтеграції CRM із ERP та іншими бізнес-платформами для створення єдиної екосистеми даних та підтримки стратегічного планування. Розглянуто методи оптимізації продажів, включаючи A/B-тестування, кластеризацію клієнтів та моделювання сценаріїв розвитку ринку, а також роль розвитку персоналу у підвищенні ефективності процесів.

Abstract. The article substantiates the prospects for optimizing sales processes and improving company performance through the use of CRM systems and data analytics. Methods of centralizing customer information, automating routine processes, and integrating analytical platforms for sales forecasting are discussed. The analysis