

## Інформаційна технологія застосування CRM-систем для розвитку підприємств

<sup>1</sup> Вінницький національний технічний університет;

### Анотація

Проведено аналіз існуючих CRM-технологій. Розглянуто переваги та недоліки.

**Ключові слова:** CRM-технологій, штучний інтелект, нейронні мережі, підприємства.

### Abstract

The analysis of existing methods of CRM technologies is carried out. Advantages and disadvantages are considered.

**Keywords:** CRM technologies, artificial Intelligence, neural networks, enterprise.

### Вступ

Сучасний етап розвитку комп'ютерних технологій, включаючи апаратне і програмне забезпечення, привів до активних досліджень в області інформаційних технологій і штучного інтелекту, де на основі нових пристроїв розроблюються ефективні підходи для взаємодії людини з комп'ютером, розроблюються системи автоматичного аналізу інформації, що функціонують без участі людини.

Сьогодні CRM-системи (Customer Relationship Management – управління взаємовідносинами з клієнтами) є невід'ємним інструментом діяльності багатьох світових підприємств, 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.

Метою дослідження є підвищення ефективності функціонування та управління та розвиток підприємств з використанням інформаційної технології на основі методів штучного інтелекту та застосування нейронних мереж.

### Результати дослідження

В ході проведення огляду методів і підходів для вирішення даної задачі ми прийшли до висновку, що найбільш перспективним підходом для діагностування стану та розвитку підприємства є розпізнавання образів. В ході проведення огляду методів розпізнавання образів були виділені два найбільш прийнятних метода. Це розпізнавання образів за допомогою Байєсівського класифікатора і розпізнавання образів за допомогою нейронної мережі Хебба.

### Висновки

У роботі проведений аналіз існуючих CRM-технологій. Розглянуто переваги та недоліки. Перспективним для подальших досліджень визначено підхід, що базується на основі методів штучного інтелекту та застосування нейронних мереж, оскільки він може значно покращити результати функціонування підприємства.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Прошак, В. Концепція інтелектуального капіталу у сучасній економічній теорії [Текст] / В. Прошак // Вісник Львівського ун-ту. : серія економічна. - Львів : Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка. – 2003. – Вип. 32. – С. 598.
2. Пейн Э. Руководство по CRM. Путь к совершенствованию менеджмента клиентов / Э. Пейн. – М.: «Гревцов Паблшер», 2007. – 384 с.

3. Ясницкий Л.Н. Интеллектуальные системы / Ясницкий Л.Н. // М.: Лаборатория знаний. – 2016. – С. 221.

4. Top 10 CRM Software Vendors / Электронный ресурс. – Режим доступа: <https://www.appsruntheworld.com>.

**Кузін Олег Олегович** — аспірант кафедри АІТ, факультет комп'ютерних систем та автоматики, Вінницький національний технічний університет, м.Вінниця, e-mail: kuzin.oleg19@gmail.com.

**Kuzin Oleh O.** –AIT graduate student, Department of Computer Systems and Automation, Vinnytsia National Technical University. Vinnitsa, e-mail: kuzin.oleg19@gmail.com.