

к.т.н., доц. Грибков С.В., Балашева А.М., НУХТ, Київ

На сьогодні актуальною задачею надійного зберігання інформації та швидкого аналізу даних є сховище даних, яке візуально зручне у користуванні. Більшість компаній переносять свої бази даних та сховища у хмари, що потребує пошуку та обрання надійного програмного продукту для аналізу даних. В роботі використовувались наступні інструменти SAS Cloud Analytics: рішення на базі технологій штучного інтелекту (И); поглиблена аналітика (Advanced Analytics); бізнес-аналітика (Business Intelligence); клієнтська аналітика (Customer Intelligence); управління даними (Data Management); управління ризиками (Risk Management); запобігання шахрайству і захист інформації (Fraud & Security Intelligence).

Обрання продуктів SAS полягає у тому, що вони забезпечують потужність та свободу інновацій, керування ризиками та керованість у хмарі, зосередитися на реалізації ключових бізнес-ініціатив.

В результаті використання технології SAS було виявлено унікальний гібридний підхід, що поєднує застосування правил, виявлення аномалій, інтелектуальні моделі і аналітику на основі соціальних мереж, з більш високою точністю і високою продуктивністю передбачати ймовірність шахрайства.

SAS допомогла: уникнути втрат, захистити репутацію бренду, впоратися зі зростаючими загрозами і при цьому знизити витрати на забезпечення безпеки. Корпоративний підхід до управління даними і їх збору дозволяє на базі єдиної платформи зводити дані, що надходять з усіх напрямків бізнесу, організаційним підрозділам і регіонах.

26. СЕГМЕНТАЦІЯ ЗА СФЕРОЮ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ ЯКІ ВПРОВАДЖУЮТЬ БІТРИКС24

к.т.н., доц. Грибков С.В., Пуник Т., НУХТ, Київ

За статистику «State of inbound» на 2017 рік 44% компаній продовжують вести дані про клієнта в Excel таблицях. Як показало спостереження, в Україні більше половини компаній веде історію комунікацій з клієнтом у таблицях, близько 10 % в офісних програмах і 3 % в паперовому форматі, не використовуючи CRM-систему, та відповідно окремо використовуючи всі канали зв'язку.

В цьому році кількість компаній, які впроваджують в свою роботу CRM-систему значно зростає, адже: менеджери не виконують вчасний контакт з клієнтом; не відомо на якій стадії знаходиться угода; втрачаються клієнти; втрачається історія комунікації з клієнтом; неможливо прогнозувати надходження коштів від угод; неефективна робота.

В Україні найбільш популярні такі CRM-системи: Бітрікс24, Terrasoft, Amosrm, Мегоплан, Salesforce, Zoho, OneBox. Можна спрогнозувати, що у 2019 році в Україні близько 12% компаній будуть використовувати CRM-системи. Найбільш популярними вони будуть в сферах освіти, аграрній та будівництва, тому що в цих сферах йде конкурентна боротьба за клієнта.

Використання CRM-систем є невід'ємною вимогою реалій сучасного бізнесу, коли йде боротьба за кожного клієнта. CRM дозволяє більше ніж на 30% збільшити кількість продажів без розширення штату та збільшити лояльність клієнтів, що, в свою чергу, призводить до зростання бізнесу та прибутків.

27. ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО АНАЛІЗУ ДАНИХ ДЛЯ ПЛАНУВАННЯ ВИГОТОВЛЕННЯ ПРОДУКЦІЇ НА ТОВ «СЛОБОЖАНСЬКИЙ БЕКОН»

к.т.н., доц. Грибков С.В., Фурта О., НУХТ, Київ

Слабким місцем підприємства є нераціональне визначення продукції для складання плану виготовлення товарів, що в свою чергу погіршує фінансовий стан підприємства, зниження ефективності виробничого потенціалу, нестача товарів, що мають попит серед споживачів, або надлишок менш популяризованої продукції. В умовах активної конкуренції і складного зовнішнього середовища ефективно управління підприємством можливе