

ставками на деокупованих територіях або запровадження спеціальних систем оподаткування для стратегічних галузей, таких як сільське господарство та ІТ. У контексті цих процесів важливим для суб'єктів господарювання є оновлення облікової політики з врахуванням потреб інформаційного забезпечення формування та контролю податкових наслідків, залучення новітніх цифрових технологій [3].

Незважаючи на потенційну ефективність, НСД потребує доопрацювання. Зокрема, необхідна повноцінна взаємодія з бізнес-спільнотою [5] та приділення більшої уваги деокупованим територіям і відновленню критичних для країни сфер економіки, зокрема сільського господарства. Важливо конкретизувати плани щодо створення спеціальних економічних зон у постраждалих регіонах та чітко визначити напрямки використання коштів від оподаткування надприбутків для цільового відновлення цих територій та підтримки агросектору. Оподаткування сільськогосподарських виробників також потребує уваги та оптимізації [6], а саме впровадження податкових пільг для малих агровиробників може стимулювати їх інноваційний розвиток.

Список використаних джерел:

1. Буряк А. В. Функції податків та їх роль у розвитку економіки. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 10. С. 45–48.
2. Звіт про стан виконання національної стратегії доходів до 2030 року у 2024 році URL: <https://surli.cc/ziuxtww> (дата звернення 06.06.2025).
3. Кононенко Л. В., Назарова Г. Б., & Савченко В. М. (2025). Організація обліку та аудиту у контексті використання новітніх цифрових технологій: сучасний стан, проблеми та перспективи. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*, (18). <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2025-18-09-03>.
4. Національна стратегія доходів до 2030 року. URL: https://mof.gov.ua/storage/files/National%20Revenue%20Strategy_2030_.pdf (дата звернення 06.06.2025).
5. Парламентське дослідження щодо впливу Національної стратегії доходів до 2030 року на бізнес, зокрема, малий та середній. URL: <https://research.rada.gov.ua/uploads/documents/33114.pdf> (дата звернення 06.06.2025).
6. Savchenko, V., Kononenko, L., & Gai, O. (2023). Taxation of agricultural producers: state, problems and prospects. *Economic Scope*. 2005, (186), 114-118. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/186-20>.

УДК 33

*Гришко М. П.,
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
(Науковий керівник: к.т.н., доцент Савеленко Г. В.)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ВПЛИВ ДИДЖИТАЛІЗАЦІЇ НА СТАНДАРТИ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ

Диджиталізація стала однією з найпотужніших сил, що формує сучасний бізнес-ландшафт. У контексті клієнтського сервісу диджиталізація означає

інтеграцію цифрових технологій у всі аспекти взаємодії з клієнтами – від первинного контакту до післяпродажного обслуговування. Ця трансформація суттєво змінює не лише способи надання послуг, але й самі стандарти якості, за якими оцінюється ефективність клієнтського сервісу.

Актуальність цієї теми зумовлена тим, що сучасні споживачі живуть у цифровому світі, де їхні очікування щодо швидкості, зручності та персоналізації обслуговування постійно зростають. Компанії, які не адаптуються до цих змін, ризикують втратити конкурентоспроможність на ринку.

Одним із найбільш помітних проявів диджиталізації є кардинальна зміна каналів комунікації між компаніями та клієнтами. Традиційні способи зв'язку – телефонні дзвінки, особисті зустрічі, листування звичайною та електронною поштою – поступово витісняються або доповнюються цифровими альтернативами.

Сучасні клієнти очікують можливість спілкуватися та отримати інформацію і послуги за допомогою чатів на веб-сайтах, соціальних мереж, мобільних додатків та месенджерів. Це створило потребу в омніканальному підході, коли клієнт може почати спілкування в одному каналі, а продовжити в іншому, зберігаючи при цьому контекст розмови [2].

Омніканальність стала новим стандартом якості. Клієнти більше не толерують ситуацій, коли їм доводиться повторювати свою проблему кілька разів різним співробітникам через різні канали зв'язку. Інтеграція всіх каналів комунікації в єдину систему стала критично важливою для забезпечення високої якості обслуговування.

Диджиталізація відкрила безпрецедентні можливості для збору та аналізу даних про клієнтів. Компанії тепер можуть відстежувати поведінку користувачів на веб-сайтах, аналізувати історію покупок, вивчати переваги та звички споживачів. Ця інформація дозволяє створювати детальні профілі клієнтів та надавати персоналізовані послуги.

Big data та аналітика змінили саме поняття якісного обслуговування [1]. Якщо раніше хороший сервіс означав ввічливе та швидке вирішення проблем, то тепер він характеризує передбачення потреб клієнта ще до того, як він сам їх усвідомить. Рекомендаційні системи, персоналізовані пропозиції, індивідуальні знижки та спеціальні умови стали стандартом, а не винятком.

Ця трансформація підняла планку якості обслуговування. Клієнти очікують, що компанія «знає» їх, пам'ятає їхні переваги та надає релевантні пропозиції. Загальний, неперсоналізований підхід сприймається як низька якість сервісу.

Впровадження автоматизації та штучного інтелекту кардинально змінило швидкість та ефективність обслуговування клієнтів [3]. Чат-боти та віртуальні асистенти можуть надавати цілодобову підтримку, миттєво відповідати на типові запитання та вирішувати стандартні проблеми без участі людини.

Ця технологічна революція створила нові стандарти швидкості обслуговування. Якщо раніше клієнти були готові чекати відповіді протягом робочих годин, то тепер вони очікують миттєвих реакцій у будь-який час доби. Автоматизовані системи дозволяють компаніям відповідати на базові запити за лічені секунди, що значно підвищує рівень задоволеності клієнтів.

Водночас штучний інтелект дозволяє аналізувати величезні обсяги даних для виявлення закономірностей у поведінці клієнтів, прогнозування їхніх потреб та оптимізації процесів обслуговування. Це призводить до підвищення якості сервісу через більш точне та своєчасне задоволення потреб споживачів.

Диджиталізація не лише змінила інструменти обслуговування, але й кардинально трансформувала очікування самих клієнтів. Сучасні споживачі, звиклі до миттєвого доступу до інформації та послуг через смартфони та інтернет, переносять ці очікування на всі сфери бізнесу.

Новими стандартами стали: миттєвість відповідей, цілодобова доступність, проактивна комунікація, персоналізація взаємодії та мультиканальність. Клієнти очікують, що компанія буде інформувати їх про зміни в статусі замовлення, попереджувати про можливі проблеми та пропонувати рішення до того, як проблема стане критичною.

Ці змінені очікування створили нові виклики для бізнесу. Компанії змушені інвестувати в технології та процеси, щоб відповідати підвищеним стандартам якості. При цьому рівень толерантності до помилок значно знизився – один негативний досвід може призвести до втрати клієнта назавжди.

Попри численні переваги, диджиталізація несе в собі і серйозні виклики для якості клієнтського сервісу. Одним із найбільших ризиків є втрата людського фактору у взаємодії з клієнтами. Автоматизація, хоча і підвищує ефективність, може призводити до знеособлення сервісу та втрати емоційного зв'язку з клієнтами.

Складні або нестандартні ситуації часто потребують людського втручання, креативності та емпатії, які поки що недоступні штучному інтелекту. Клієнти можуть відчувати фрустрацію, коли автоматизовані системи не можуть зрозуміти їхні специфічні потреби або надати гнучкі рішення.

Іншим серйозним викликом є кібербезпека та захист персональних даних. Збір великих обсягів інформації про клієнтів створює ризики витоку даних та їх неправомірного використання. Порушення довіри в цій сфері може мати катастрофічні наслідки для репутації компанії та якості взаємин із клієнтами.

Також існує ризик цифрового розриву, коли частина клієнтів, особливо старшого покоління, може відчувати труднощі з використанням нових цифрових каналів обслуговування. Це створює потребу в паралельному підтриманні традиційних способів взаємодії.

Диджиталізація справила революційний вплив на стандарти якості обслуговування клієнтів, підняла планку очікувань та створила нові можливості для покращення сервісу. Сучасні технології дозволяють компаніям надавати більш швидке, персоналізоване та зручне обслуговування, що було неможливо в до-цифрову епоху.

Водночас ця трансформація вимагає від бізнесу постійних інвестицій у технології, навчання персоналу та переосмислення процесів. Успішними стануть ті компанії, які зможуть гармонійно поєднати технологічні можливості з людським фактором, забезпечуючи високу ефективність без втрати особистого підходу.

Майбутнє клієнтського сервісу буде характеризуватися ще більшою інтеграцією штучного інтелекту, розвитком предиктивної аналітики та створенням повністю персоналізованих клієнтських подорожей. При цьому

ключовим залишається завдання збереження балансу між технологічними можливостями та людяністю у взаємодії з клієнтами.

Список використаних джерел:

1. Великі дані в бізнесі – як їх ефективно використовувати?. *Integral Solutions*. URL: <https://integralsolutions.pl/uk/великі-дані-в-бізнесі,-як-ефективно-використовувати-потенціал-даних/> (дата звернення: 17.04.2025).
2. Омніканальність у маркетингу - приклади, переваги та впровадження. Омніканальність у маркетингу – приклади, переваги та впровадження. URL: <https://helpdeskstar.org/news/omnikanalnist-u-marketynhu-pryklady-perevahy-ta-vprovadzhennya> (дата звернення: 18.04.2025).
3. Сосновський Г., Хаустова Є. Особливості впливу ІІТ на розвиток бізнесу в сфері послуг. *Економіка та суспільство*. 2024. № 63. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-90> (дата звернення: 15.04.2025).

УДК 631.1:005.21:004.94:551.583

*Єрмолаєв І. В.,
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
(Науковий керівник: к.е.н., доцент Бугаєва М. В.)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ АГРАРНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ТА ЗМІНИ КЛІМАТУ

Сучасне сільське господарство переживає трансформацію під впливом двох глобальних чинників – стрімкої цифровізації економіки та поглиблення кліматичних змін. Водночас аграрний сектор є одним із найбільш вразливих до кліматичних ризиків і водночас потенційно вигідним бенефіціаром цифрових інновацій. Управління аграрними підприємствами в таких умовах вимагає відмови від традиційних управлінських моделей та впровадження новітніх технологій, стратегій адаптації та високої гнучкості до змін зовнішнього середовища.

Інноваційні підходи – від точного землеробства до використання великих даних, штучного інтелекту та кліматичних моделей – здатні не лише підвищити ефективність виробництва, а й забезпечити сталий розвиток аграрного бізнесу. Тому вивчення, систематизація та адаптація таких підходів є важливим напрямом наукових досліджень та практичного управління.

Актуальність теми зумовлена низкою об'єктивних обставин:

1. Кліматичні виклики. Зміни клімату в Україні – зокрема часті посухи, зниження родючості ґрунтів, аномальні температурні коливання вимагають нових управлінських підходів до аграрного виробництва. За даними Світового банку, до 2030 року урожайність основних культур в Україні може знизитися на 10-30% без адаптивних дій.

2. Цифровізація агросфери. Україна активно впроваджує цифрові інструменти в сільське господарство – від ГІС-систем до агродронів і платформ