

УДК: 004.7:007

*Шпикуляк І. С., здобувачка вищої освіти,  
Прігунов О. В., канд. екон. наук, доцент,  
доцент кафедри інформаційних систем управління,  
Донецький національний університет імені Василя Стуса*

## **ІНТЕГРАЦІЯ КАНАЛІВ КОМУНІКАЦІЇ В ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМАХ**

*Анотація. У статті розкрито сутність інтеграції каналів комунікації в інформаційних системах, розглянуто основні технології для її впровадження та проаналізовано переваги інтегрованої комунікаційної платформи для підвищення ефективності управлінських процесів і покращення взаємодії з клієнтами в організаціях.*

*Ключові слова: інтеграція каналів комунікації, інформаційні системи, комунікаційна платформа, управлінські процеси, взаємодія з клієнтами.*

**Вступ.** Сучасний діловий світ характеризується швидким обігом інформації та паралельним використанням різноманітних інформаційних сервісів і платформ. У таких умовах своєчасна публікація матеріалів, моніторинг повідомлень та відстеження змін у корпоративному середовищі стають критичними факторами, від яких залежить успішність функціонування інформаційних систем підприємств, установ та організацій. Рішенням цієї проблеми може стати інтеграція каналів комунікації – об'єднання різнотипних комунікаційних каналів, як-от CRM-системи, корпоративні чати, соціальні мережі та електронна пошта, для забезпечення безперервного зв'язку та взаємодії як у внутрішньому, так і у зовнішньому середовищі [1]. Зі врахуванням зростаючої конкуренції та необхідності дотримання стандартів безпеки даних інтеграція каналів комунікації стає обов'язковим елементом успішної стратегії [2].

**Метою роботи** є дослідження процесу інтеграції каналів комунікації в інформаційних системах, виявлення основних технологій для реалізації цієї інтеграції, а також визначення переваг, які забезпечує інтегрована комунікаційна платформа для управлінських процесів і покращення взаємодії з клієнтами.

**Основний текст.** Комунікативним каналом називають реальну або уявну лінію зв'язку (контакту), по якій повідомлення рухаються від комуніканта до реципієнта. Наявність зв'язку – необхідна умова будь-якої комунікаційної діяльності, незалежно від її форми (спілкування, управління, наслідування) [3]. Під інтеграцією розуміють процес об'єднання різних елементів або систем у єдину цілісну структуру, що дає змогу забезпечити їх ефективну взаємодію та взаємозв'язок. Інтеграція може стосуватися як технічних аспектів (програмне забезпечення, мережеві технології тощо), так і організаційних, коли різні підрозділи або процеси працюють узгоджено для досягнення спільної мети. Інтеграція сприяє підвищенню ефективності, зниженню витрат, а також покращенню оперативності прийняття рішень та управління інформацією. Зокрема, також існує інтеграція екологічна, економічна, міжетнічна, міжнародна, природна, соціальна [4]. Отже, технічний аспект поняття «інтеграція каналів комунікації» можна визначити як процес об'єд-

нання комунікативних каналів у єдину автоматизовану платформу, що забезпечує їх ефективну взаємодію та взаємозв'язок. Поєднання електронної пошти, телефонії, соціальних мереж, месенджерів, мобільних застосунків, корпоративних чатів та навіть традиційної пошти забезпечує організації безперервний зв'язок, оперативний і зручний доступ до інформації всіх співробітників та клієнтів.

Інтеграція каналів комунікації має велике значення для покращення взаємодії з клієнтами, оптимізації внутрішніх комунікацій, підвищення продуктивності та забезпечення безпеки даних і відповідності стандартам [5]. Вона дає змогу організаціям створювати єдину базу даних клієнтів, яка охоплює історію взаємодій на всіх платформах, що сприяє швидкій відповіді на запити, збереженню лояльності клієнтів і наданню персоналізованого сервісу. Завдяки інтеграції співробітники можуть легко обмінюватися інформацією, що сприяє зменшенню витрат на зв'язок та підвищенню ефективності роботи, а також швидкому прийняттю рішень на уніфікованій комунікаційній платформі. До того ж інтеграція дає змогу уникнути дублювання інформації, розпорошення даних та зайвих дій, зосереджуючи увагу на вирішенні завдань. Інтегровані системи забезпечують кращий контроль і захист інформації, підпорядковуючи всі канали зв'язку єдиним стандартам безпеки, що знижує ризики витоку даних і гарантує відповідність нормативним вимогам.

Інтеграція каналів комунікації вимагає застосування технологій, які можуть поєднати різні типи даних і забезпечити легкий доступ до них, тому до основних технологій можемо віднести:

1. CRM-системи (Customer Relationship Management) – такі системи допомагають централізувати всі комунікаційні канали і можуть відстежувати історію взаємодії з кожним клієнтом, покращуючи обслуговування та підтримку клієнтів [6]. До прикладу, компанія, що займається електронною комерцією, впровадила CRM-систему, яка інтегрує e-mail-розсилки з платформою соціальної мережі (наприклад, Facebook) і SMS. Це дало змогу компанії автоматично надсилати підтвердження замовлення через email, а також нагадування про доставку через SMS. В результаті компанія змогла зменшити кількість запитів до служби підтримки, а клієнти отримували всю необхідну інформацію в зручний для них спосіб.

2. Соціальні медіа – онлайн-платформи і технології, що дають змогу створювати, обмінюватися та поширювати контент: соціальні мережі, блоги, відеосервіси (YouTube), платформи для обміну фото (Flickr), форуми, а також мобільні застосунки для обміну повідомленнями (WhatsApp, Telegram). Інтеграція платформ, як-от Hootsuite або Buffer, дає змогу керувати кількома соціальними мережами з одного місця. Припустимо, що деяка компанія використовує Hootsuite для планування та публікації постів у Facebook, Instagram і Twitter. Завдяки аналітиці Hootsuite команда може відстежувати, які повідомлення викликають найбільшу взаємодію. Це дає змогу не лише оптимізувати контент, але й синхронізувати рекламні кампанії, досягаючи максимальної ефективності. Після впровадження цієї системи кількість взаємодій з публікаціями зросте орієнтовно на 40 %.

3. Чат-боти стають все більш популярними засобами автоматизованої взаємодії в реальному часі. Вони можуть «спілкуватися» з користувачами через зовніш-

ні платформи, зокрема вебсайти, Facebook Messenger та WhatsApp [7]. Яскравим прикладом такої автоматизації є впровадження компанією чат-бота на своєму вебсайті та в соціальних мережах для відповіді на питання клієнтів. Чат-бот автоматично обробляє запити і миттєво надає відповіді споживачам на їхні звернення щодо отримання інформації про товари, замовлення та повернення. Це не призвело до зменшення кількості звернень до служби підтримки, але підвищило рівень задоволеності клієнтів, а час відповіді скоротився до кількох секунд.

4. Системи аналітики, як-от Google Analytics та інші, дають змогу збирати дані про взаємодію користувачів на всіх каналах комунікації. Наприклад, компанія використовує Google Analytics для відстеження поведінки користувачів на своєму вебсайті та в соціальних мережах. Завдяки інтеграції аналітики з CRM-системою команда може оцінити, як користувачі реагують на різні канали комунікації, а також коригувати свої стратегії. Наприклад, вони виявили, що користувачі, які отримували email-розсилки та SMS-нагадування, зробили на 25 % більше покупок, ніж ті, хто отримував лише email.

Інтеграція каналів комунікації в інформаційних системах стала важливим складником сучасної бізнес-стратегії та інструментом для ефективного управління взаємодією з аудиторією. Синхронізація каналів зв'язку, як-от електронна пошта, SMS, соціальні мережі, месенджери та push-сповіщення, забезпечує комплексний підхід до зв'язку, що значно підвищує ефективність взаємодії з клієнтами та партнерами. Замість ізольованих повідомлень через окремі канали інтегровані інформаційні системи дають змогу керувати всіма комунікаційними потоками з одного місця, що робить комунікацію злагодженою.

**Висновки.** Інтеграція каналів комунікації в інформаційних системах є ключовим кроком для будь-якої сучасної організації, що прагне забезпечити найвищий рівень обслуговування та оперативно реагувати на зміни ринку. Уніфікована комунікаційна платформа дає змогу організаціям підтримувати ефективність комунікаційних процесів, уникати дублювання інформації та мінімізувати ризики витоку даних. Завдяки інтеграції організації не лише підвищують продуктивність, але й стають більш конкурентоспроможними, що є особливо важливим у сучасних умовах.

### Список використаних джерел

1. Анісімова О. М., Лукаш Г. П. Формування системи документно-інформаційного забезпечення в умовах цифрових комунікацій. *Прикладні аспекти сучасних міждисциплінарних досліджень*: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Вінниця, 24 листопада 2023 р.). Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса. 2023. С. 9–11.
2. Анісімова О. Тенденції інтракомунікаційних практик сучасних організацій. *Інформація, комунікація, суспільство 2024*: матеріали 13-ї Міжнародної наукової конференції ICS-2024. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2024. С. 184-185. URL: [https://skid.lpnu.ua/wp-content/uploads/2024/05/ICS2024\\_Proceedings.pdf#page=184](https://skid.lpnu.ua/wp-content/uploads/2024/05/ICS2024_Proceedings.pdf#page=184)
3. Примак Т. О. Ринок маркетингових комунікацій: стратегічний аспект. *Проблеми формування і розвитку ринкової економіки в Україні*. 2003. Вип. 8. С. 60–63.
4. Інтеграція. *Енциклопедія Сучасної України*. URL: <https://esu.com.ua/article-12384>
5. Жалдак Г. П., Бичкова А. А. Інтегровані маркетингові комунікації як чинник ефективного розвитку підприємств. *Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій*. 2019. Т. 2, № 4. С. 4–13.

6. Каган І. В., Костючко С. М. CRM-системи як інструмент підвищення ефективності бізнесу. *Комп'ютерно-інтегровані технології: освіта, наука, виробництво*. 2023. С. 5–10.

7. Курилець О. Чат-боти як нове покоління каналів комунікації. *Маркетингова освіта в Україні: тези IV Міжнар. наук.-практ. конф.* (м. Київ, 29–30 березня 2018 р.). Київ: КНЕУ, 2018. С. 52–54. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197267488.pdf>