

Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Економіко-управлінські аспекти трансформації та інноваційного розвитку галузевих і регіональних суспільних систем в сучасних умовах»

- надання оцінки щодо екологічних ризиків для підприємств та їхніх виробничих потужностей;
- надання оцінки щодо екологічних ризиків, пов'язаних з виробництвом, використанням, зберіганням та транспортуванням хімікатів;
- створення планів екологічного та соціального менеджменту;
- надання оцінки щодо якості питної води та діючих екологічних стандартів;
- надання оцінки щодо впливу на навколишнє середовище за міжнародними стандартами;
- надання оцінки щодо відповідності діяльності підприємства діючим екологічним та соціальним стандартам [4].

Отже, дослідивши особливості та напрями застосування на підприємствах екологічного Due Diligence, ми дійшли висновку, що процедура допомагає оцінити вплив суб'єкта господарювання на навколишнє середовище. Під час проведення експертизи детально вивчаються, виявляються, оцінюються та аналізуються ризики, які пов'язані з програмами охорони навколишнього середовища. Екологічний Due Diligence забезпечує додаткову цінність у разі продажу бізнесу та збільшує його привабливість для інвесторів. Крім того, він пришвидшить сам процес продажу, оскільки кожному з потенційних покупців не потрібно буде проводити власну оцінку.

Список використаних джерел:

1. Що таке екологічний Due Diligence? URL: <https://bit.ly/3bO4Aer> (дата звернення 28.04.2020).
2. Технологія проведення Due Diligence. URL: <https://bit.ly/2VxkG56> (дата звернення: 28.04.2020).
3. Екологічний Due Diligence. URL: <https://bit.ly/35aVAxA> (дата звернення 28.04.2020).
4. Екологічна експертиза об'єктів. URL: <https://bit.ly/2VKoGAN> (дата звернення 28.04.2020).

УДК 339.187

РОЛЬ CRM-СИСТЕМ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ АГРАРНОЇ СФЕРИ

Ендрес В. С., Ксьонжик І. В.

*Миколаївський національний аграрний університет
e-mail: andres@mnaui.edu.ua*

Протягом останніх десятиріч сучасні технології успішно інтегруються у всі сфери економіки. У сільському господарстві, як у одній з стратегічно важливих галузей України, також активно використовуються новітні ІТ-розробки для підвищення ефективності діяльності підприємств.

Діджиталізація виробництва і аналіз показників ефективності, грамотне управління підприємством і контроль якості на всіх етапах виробництва – лише частина переваг, які надає використання сучасних CRM-систем в агарній сфері.

CRM-стратегія базується на використанні новітніх управлінських та інформаційних технологій, що дозволяють підприємствам будувати взаємовигідні зв'язки з клієнтами. Головним ефектом від використання клієнтоорієнтованої стратегії є покращення конкурентоздатності підприємства та збільшення його прибутку. У зв'язку з високим рівнем конкуренції і зниженням різниці в якості подібних товарів, підприємства почали у своїй стратегії зміщувати орієнтацію з продуктів на клієнтів. Розвиток ІТ-технологій дає змогу акумулювати достатню кількість інформації про взаємодію з клієнтами для наступного аналізу.

CRM-система, у широкому розумінні – це набір додатків, пов'язаних єдиною бізнес-логікою, що є частиною корпоративного інформаційного середовища підприємства та функціонує на основі єдиної бази даних. Система керування відносинами з клієнтами орієнтована на автоматизацію стратегій взаємодії з клієнтами (замовниками) з метою підвищення рівню продаж, оптимізації маркетингової діяльності і покращення якості обслуговування клієнтів шляхом збереження інформації про партнерів і історії взаємовідносин з ними, оптимізації бізнес-процесів та наступного аналізу результатів [1]. Життєвий цикл системи керування взаємовідносинами з клієнтами зображено на рисунку 1.

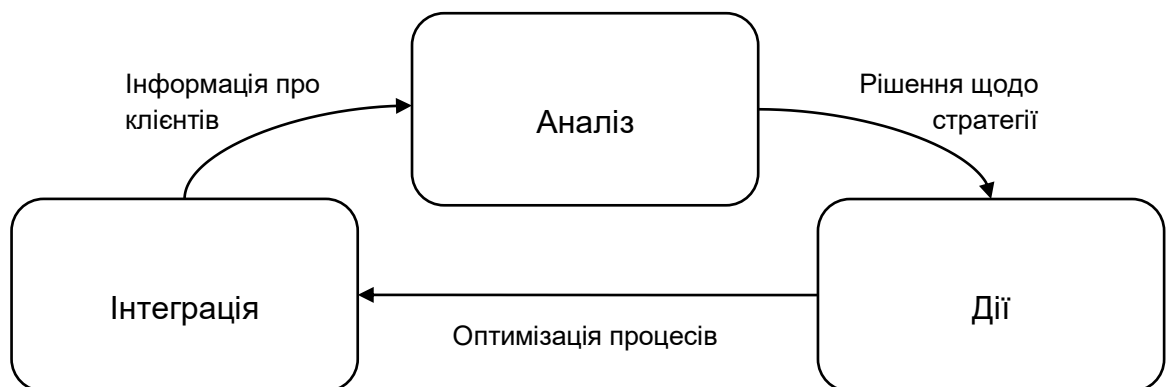


Рисунок 1 – Життєвий цикл CRM-системи

Серед основних інструментів, що включають в себе системи керування відносинами з клієнтами слід виділити [2]:

- формування єдиної бази усієї інформації про клієнтів;
- взаємозв'язок підрозділів та працівників без, так званих, «інформаційних провалів»;
- автоматизація завдань;

- отримання аналітичних звітів;
- прогнозування продажів;
- планування і аналіз ефективності маркетингових заходів;
- контроль задоволеності клієнтів, реєстрація та розгляд скарг;
- накопичення інформації підприємством та її використання;
- вивчення ринку;
- моніторинг показників роботи працівників.

Сьогодні на ринку CRM-систем існує велика кількість програмних пакетів, які відрізняються як за функціоналом, так і за ціновою політикою. Для аграрних підприємств важливим аспектом є те, що більшість CRM-систем мають можливість до модифікації функціоналу відповідно до специфічних потреб користувачів систем. Для аграрних підприємств є доречним налаштування CRM-систем для роботи з інвентаризацією обладнання, обліком поголів'я, обліком посівних площ, плануванням врожаю тощо. Серед основних критеріїв для вибору CRM-системи слід виокремити [3]:

- зрозумілість та зручність у використанні;
- гнучкість налаштування та здатність до модифікації;
- сумісність з програмним забезпеченням сторонніх розробників;
- мобільний доступ;
- вартість програмного забезпечення та його інтеграції.

Підсумовуючи, слід зазначити, що CRM-системи необхідні підприємствам, які хочуть створити ефективну систему керування продажами, а також компаніям, які працюють на ринках з високим рівнем конкуренції, оскільки підвищення лояльності клієнтів – це важлива складова успіху в конкурентній боротьбі.

Список використаних джерел:

1. Дорошкевич Д. В. CRM-система як інструмент персоніфікованого маркетингу. URL: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/6.2/157.pdf> (дата звернення: 28.04.2020).
2. Ярошенко В. А., Геселева Н. В., Подольна В. В. Роль CRM-системи в маркетинговій діяльності підприємства. *Вісник КНУТД. Економічні науки*. Київ, 2015. №3 – С. 81–86.
3. Птащенко О.В., Мірошникова Є.Д. Побудова CRM-системи як основи формування комунікаційної політики між організацією та кінцевим споживачем. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2016. №3 – С. 108 – 115. – URL: http://www.repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/16241/1/Птащенко_Стаття1.pdf (дата звернення: 28.04.2020).