

Міністерство освіти і науки України  
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ  
Навчально-науковий інститут економіки, управління,  
права та інформаційних технологій

# МАТЕРІАЛИ

*Науково-практичної конференції*

*за результатами виробничої практики*

*здобувачів вищої освіти*

*спеціальності 126 Інформаційні  
системи та технології*

*Випуск I*



*кафедра  
інформаційних  
систем та  
технологій*

*10 вересня  
2020 р.*

## *Редакційна колегія:*

- Уткін Ю. В.** – к.т.н., доцент, завідувач кафедри інформаційних систем та технологій, доцент кафедри;  
**Калініченко А. В.** – д.с.-г.н., професор кафедри інженерії процесів Опольського університету (Польща);  
**Копішинська О. П.** – к.ф.-м.н., доцент, професор кафедри;  
**Вакуленко Ю. В.** – к.с.-г.н., доцент, доцент кафедри;  
**Протас Н. М.** – к.с.-г.н., доцент, доцент кафедри;  
**Дегтярьова Л. М.** – к.т.н., доцент, доцент кафедри;  
**Поночовний Ю. Л.** – к.т.н., с.н.с., доцент кафедри;  
**Одарущенко О. Б.** – к.т.н., доцент кафедри;

Матеріали Науково-практичної конференції за результатами виробничої практики здобувачів вищої освіти спеціальності 126 Інформаційні системи та технології кафедри інформаційних систем та технологій Полтавської державної аграрної академії. – Полтава: ПДАА, 10 вересня 2020 р. – Вип. I. – 33 с.

У збірнику надруковані матеріали Науково-практичної конференції за результатами виробничої практики здобувачів вищої освіти спеціальності 126 Інформаційні системи та технології кафедри інформаційних систем та технологій Полтавської державної аграрної академії (випуск I). Тези наводяться без змін та редагування. Відповідальність за зміст та редакцію тез несуть автори та наукові керівники.

## ЗМІСТ

|                                                                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <i>Гаркавенко Є. С.</i> .....                                                                                      | 5  |
| <i>Науковий керівник – к.т.н., доцент Дегтярьова Л. М.</i> .....                                                   | 5  |
| ВИКОРИСТАННЯ ДАТЧИКІВ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ .....                                                              | 5  |
| <i>Кириченко Ю. В.</i> .....                                                                                       | 6  |
| <i>Науковий керівник – к.т.н., доцент Дегтярьова Л. М.</i> .....                                                   | 6  |
| БЕЗДРОТОВИЙ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КОНТРОЛЕР КЛАПАНА ДЛЯ<br>ІНТЕГРОВАНОЇ СИСТЕМИ ЗРОШЕННЯ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ ..... | 6  |
| <i>Нікітовський А.А.</i> .....                                                                                     | 7  |
| <i>Науковий керівник – к.т.н., доцент Дегтярьова Л. М.</i> .....                                                   | 7  |
| АНАЛІЗ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ ФУНКЦІОНАННЯ<br>ІНТЕРНЕТ-ПРОВАЙДЕРА .....                                      | 7  |
| <i>Кай С.О.</i> .....                                                                                              | 10 |
| <i>Науковий керівник – к.т.н., доцент Копішинська О.П.</i> .....                                                   | 10 |
| ПРОБЛЕМИ ЕКСПЛУАТАЦІЇ CRM СИСТЕМ .....                                                                             | 10 |
| <i>Авдошин Ю.А.</i> .....                                                                                          | 12 |
| <i>Науковий керівник – к.ф.-м.н., доцент Копішинська О.П.</i> .....                                                | 12 |
| СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ CRM-СИСТЕМ.....                                                                                   | 12 |
| <i>Гриців О.П.</i> .....                                                                                           | 14 |
| <i>Науковий керівник – к.т.н., доцент Дегтярьова Л. М.</i> .....                                                   | 14 |
| ПРОГРАМНА РЕАЛІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ОБЛІКУ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДУ<br>РЕСТОРАННОГО ТИПУ .....                                  | 14 |
| <i>Гуйва О. О., Рашин А. І.</i> .....                                                                              | 17 |
| <i>Науковий керівник – к.т.н., доцент Уткін Ю.В.</i> .....                                                         | 17 |
| РОЗГЛЯД ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ НА БАЗІ ВЕБ-СТОРІНКИ<br>SOFT.FARM.....                                               | 17 |
| <i>Запека М.Ю.</i> .....                                                                                           | 20 |
| <i>Науковий керівник – к.т.н., доцент Дегтярьова Л. М.</i> .....                                                   | 20 |
| ПРОГРАМНА РЕАЛІЗАЦІЯ СЕРВІСУ УПРАВЛІННЯ ДОКУМЕНТООБІГОМ<br>ПІДПРИЄМСТВА .....                                      | 20 |
| <i>Колєсник В. В.</i> ,.....                                                                                       | 22 |
| <i>Науковий керівник – к.т.н., доцент Дегтярьова Л. М.</i> .....                                                   | 22 |
| ВИДИ КАБЕЛІВ ДЛЯ ПЕРЕДАЧІ ДАНИХ В ЛОКАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ.....                                                           | 22 |
| <i>Муковоз В.С.</i> .....                                                                                          | 25 |
| <i>Науковий керівник – к.т.н., доцент Дегтярьова Л. М.</i> .....                                                   | 25 |
| АНАЛІЗ ВЕБ-ОРІЄНТОВАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ ЦЕНТРІВ<br>ПІДГОТОВКИ КАДРІВ .....                                    | 25 |
| <i>Пономаренко В.</i> .....                                                                                        | 26 |
| <i>Науковий керівник – к.т.н., доцент Дегтярьова Л. М.</i> .....                                                   | 26 |
| АВТОМАТИЗАЦІЯ ОБРОБКИ ЕЛЕКТРОННОЇ ДОКУМЕНТАЦІЇ ЗА<br>ДОПОМОГОЮ ПРОГРАМИ «М.Е.DOC» .....                            | 26 |

2. Войтюшенко Н. М. Інформатика і комп'ютерна техніка: [навч. посібник] / Н.М.Войтюшенко. – К.: "ЦУЛ", 2006. – 568 .

3. Галич. О. А. Управління інформаційними зв'язками та бізнес-процесами: [навчальний посібник] / О. А. Галич, О. П. Копішинська, Ю. В. Уткін. – Харків: Фінарт, 2016. – 244 с.

*Кай С.О.*

*здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»,  
спеціальність Інформаційні системи та технології  
Науковий керівник – к.т.н., доцент Копішинська О.П.*

## **ПРОБЛЕМИ ЕКСПЛУАТАЦІЇ CRM СИСТЕМ**

На сьогоднішній день одним з основних джерел мінімізації витрат підприємства, а також оптимізації методів ведення бізнесу, відповідно до поточної ринкової ситуації є саме інформаційні системи. Їх застосування дає можливість підприємствам отримувати величезні переваги серед конкурентів на ринку.

Необхідною умовою для реалізації безперебійної роботи в сучасній економічній обстановці є формування та ефективне функціонування інформаційних систем організації, що займає важливе місце при виділенні даних з колосального потоку різних інформаційних ресурсів про середовище підприємства, як зовнішньої, так і внутрішньої, що сприяє підвищенню результативності роботи в цілому, а також збільшення продуктивності праці співробітників і виробничих фондів .

В даний час кожному підприємству, яке хоче вижити на ринку і, в кінцевому підсумку, рости, необхідно вирішити проблему задоволення індивідуальних потреб клієнтів і підтримки вигідних і довгострокових відносин з ними. Впровадження CRM-системи приносить розуміння того, що довгострокові відносини з клієнтами є одними з найбільш важливих активів кожного підприємства, забезпечуючи конкурентні переваги, кращу прибутковість, підтримку позитивного іміджу та усунення негативної реклами, досягнення задоволеності клієнтів, зменшення недовіри і потенційних конфліктів, стабілізацію відносин з клієнтами, які знаходяться під загрозою зникнення і так далі.

Будь-який суб'єкт підприємництва, який бажає досягти успіху, повинен ефективно і гнучко реагувати на зміни, що відбуваються на ринку. Тільки клієнт буде визначати, які продукти мають високу якість і, отже, який суб'єкт бізнесу є конкурентоспроможним. Клієнт - це динамічна сила, яка своєю поведінкою дозволяє ефективно виробляти продукцію без надмірних запасів і без втрат. Тому задоволення потреб клієнтів є головною метою успішної організації. Спосіб утримати клієнтів веде через управління відносинами з клієнтами.

Перетворити стратегію управління взаємовідносинами з клієнтами в кінцевий результат - вкрай важка робота. Це означає вигравати битву за довіру клієнтів кожен день з кожним взаємодією в кожній точці контакту з клієнтом.[1]

CRM-система є зручним механізмом, використання якого в майбутньому може надати організації безсумнівні переваги, серед яких необхідно відзначити наступні:

- швидкий доступ до актуальної інформації про клієнтів;
- оперативне обслуговування клієнтів і проведення угод;
- швидке отримання аналітичної інформації, а також всіх необхідних звітних даних;

- контроль роботи користувачів системи;

- узгоджене взаємодія між співробітниками і підрозділами .

Гігант в області програмного забезпечення IBM повідомляє, що кожен долар, інвестований в CRM, приносить 5 доларів прибутку, а конверсія завдяки CRM може зрости на 300%. Таким чином, можна зробити висновок про те, що CRM-системи роблять бізнес-процеси в компанії більш ефективними, підвищують рівень лояльності клієнтів і продуктивність.

Але незважаючи на всі позитивні сторони CRM-систем, підприємства стикаються з низкою певних проблем в експлуатації. Основні недоліки в роботі CRM-систем, як правило, пов'язані з неправильним підходом до їх використання, а не з самими програмами.

На експлуатації CRM-систем позначається недостатній рівень маркетингових досліджень серед російських підприємств і слабо-формалізовані бізнес процеси. Бізнес-процеси повинні бути ідеально налагоджені. Будь-яка неправильна інформація або її відсутність може привести до кардинальних помилок в роботі системи і, як наслідок, до високого ризику прийняття неправильного рішення. При експлуатації CRM-систем нерідко відсутня формалізована система управління компанією. Зокрема:

- відсутність правил прийняття рішень;

- відсутність способів контролю якості роботи як підприємства в цілому, так і його підрозділів;

- відсутність зрозумілих інструментів для прийняття управлінських рішень.

Багато підприємств часто стикаються з низькою готовністю автоматизуватися підрозділів до змін. Керівники нерідко зустрічаються з проблемою неприйняття системи співробітниками. Після установки програмного забезпечення на комп'ютери, можна пробудити невдоволення персоналу і почути скарги, що «система не підходить», «заважає працювати», «незручна». Одна з причин - неготовність частини співробітників до того, що їх робота стане прозорою для керівництва компанії, яке отримує можливість контролювати свою команду в режимі реального часу. Також далеко не всім легко дається вивчення нового софту, персоналу деколи складно освоїти CRM-

систему. Це відбувається через те, що співробітники просто не розуміють, які переваги вони можуть отримати за рахунок роботи через програму.

### ***Список використаних джерел***

1. Терский А.А. Роль CRM-систем в повышении эффективности деятельности организации / А.А.Терский // Символ науки. – 2015. – №5.
2. <https://www.it.ua/knowledge-base/technology-innovation/customer-relationship-management-crm>

*Авдошин Ю.А.  
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»,  
спеціальність Інформаційні системи та технології  
Науковий керівник – к.ф.-м.н., доцент Конішинська О.П.*

### **СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ CRM-СИСТЕМ**

Перехід від масового до цільового маркетингу, а також бурхливий розвиток комунікаційних каналів та інструментів просування поставили перед маркетологами нове завдання. Сучасний споживач отримує величезні обсяги різноманітної інформації про компанії, підприємства. Однак покупці не звертають уваги на те, з яких джерел до них доходять рекламні звернення. У свідомості покупців вся інформація, яку вони отримують з різних засобів реклами: телебачення, журналів чи оперативно-інформаційних систем-зливається з єдине ціле. Звернення, які вони отримують за допомогою різних засобів впливу: реклами, персонального продажу, стимулювання збуту, зв'язки з громадськістю чи прямого маркетингу-створює загальне враження про підприємство. Якщо інформація, яка поступає з різних джерел, суперечлива, це провокує недовіру до підприємства та її продукції [1].

Досить часто підприємствам не вдається скоординувати роботу всіх своїх комунікаційних каналів. В результаті споживач не може розібратися в суміші повідомлень. В рекламних зверненнях говориться одне, рівень цін свідчить про інше, на етикетці написано дещо третє, торгові агенти розповідають щось своє, Web-вузол компанії, підприємства, здається, зовсім ні з чим не пов'язаний [1].

CRM-системи (Customer Relationship Management, або управління відносинами з клієнтами) призначені для оптимізації бізнес-процесів із взаємодії з потенційними та наявними клієнтами.

В умовах сучасного висококонкурентного ринку компанії, які управляють відносинами з клієнтами, мають набагато вищі шанси на успіх, ніж ті, які цього не роблять.

Використання CRM-систем у роботі вигідне як для малого, так і для великого бізнесу, але нажаль існують і проблеми їх використання.

Проблеми CRM-систем та їх вирішення.