

система, CRM дозволяє значно пришвидшити потік інформації та зробити його достовірним, що, в свою чергу, збільшує оперативність реакцій на запити, швидкість обігу коштів та знижує витрати.

Використання персоналізованого маркетингу на основі CRM-системи – це не тільки забезпечення лояльності клієнта, а й вимога до оперативного рівня інформаційної системи. Подібне інноваційне впровадження повинно охоплювати всі бізнес-процеси підприємства, починаючи з маркетингу, обслуговування клієнтів і логістики, та закінчуючи контролінгом та складанням звітів.

На сьогоднішній день найбільший розвиток набули оперативні CRM-системи. Швидкий доступ до бази даних CRM-системи дозволяє отримати таку інформацію про клієнта:

- історія роботи з клієнтами;
- сума грошей, яку клієнт витратив;
- персональна інформація;
- потреби та побажання тощо.

Інформація про клієнта збирається, оброблюється та зберігається. Використання цих даних здійснюється для формування конкретних пропозицій певному клієнту, на які він може погодитись з великою вірогідністю. Оскільки масив даних може бути великим, підхід із застосуванням інформаційних засобів є пріоритетним.

Із розвитком Всесвітньої мережі набувають усе більшого розвитку електронні Інтернет-CRM-системи. Вони орієнтовані на підтримку взаємовідносин та формування нових контактів з клієнтами, які переважно спілкуються з туристичними компаніями через Інтернет. Ураховуючи стрімке зростання кількості Інтернет-користувачів, такі CRM рішення набувають великої популярності.

Для впровадження CRM-системи підприємство повинне мати певні технічні можливості. Це розгалужена телефонна мережа та окремих канал Інтернету. Як вже було визначено раніше, основне навантаження по спілкуванню з клієнтами поступово переходить з телефонного зв'язку до Інтернету. Тому важливою вимогою функціонування системи є її інтеграція з web-сайтом компанії та каналами телефонного зв'язку. Також необхідно передбачити можливість обробки замовлень за допомогою електронної пошти.

Ураховуючи конфігурацію CRM-системи та особливості її функціонування, слід зауважити, що система працює ефективніше та видає більше аналітичної інформації у ситуації, коли термін її експлуатації великий. Це пов'язано з тривалим формуванням потужної бази даних.

Отже, єдино можливим засобом ефективного персоналізованого маркетингу може бути тільки застосування системи управління взаємозв'язками з клієнтами. Збільшення конкуренції у всіх галузях спричинило розвиток філософії маркетингу, що в свою чергу дало імпульс для розвитку інформаційних технологій. На цьому фоні індивідуалізація маркетингу можлива за використання двох інструментів – значне збільшення кількості персоналу або впровадження CRM-системи. Враховуючи всесвітню тенденцію сьогодення до зменшення кількості персоналу та той факт, що людський ресурс не є надійним та достовірним способом зберігання та обробки інформації, застосування інформаційної системи з управління взаємозв'язками з клієнтами є варіантом, який здатен підвищити лояльність клієнтів, надати якісне обслуговування, провести ефективні маркетингові кампанії та, як наслідок, отримати вищий рівень прибутку.

Список використаних джерел

1. Вышлинский Г. Количество и структура пользователей интернета в Украине / Вышлинский Г. // Интернет-рассылка Gfk Ukraine. – 2013.
2. Берестова Т. Ф. Государственная информационная политика- инструмент обеспечения единства информационного пространства / Т. Ф. Берестова // Научные и технические библиотеки. – 2008. – № 8. – С. 15–28.
3. Гужва В. М. Інформаційні системи і технології на підприємствах : навч. посібн. / В. М. Гужва. – К. : КНЕУ, 2010. – 400 с.
4. Сколенко О. Глобальна інформаційна стратегія антикризового соціально-економічного розвитку України / О. Сколенко // Журнал європейської економіки. – 2007. – № 3. – Т. 6. – С. 269–279.
5. Don Peppers. Enterprise One to One: Tools for Competing in the Interactive Age / Don Peppers, Martha Rogers. – N.-Y. : Doubleday, 2009. – 436 p.

Дзюба Юлія Валеріївна,

студентка напряму підготовки 6.030601 «Менеджмент»

економічного факультету

Подільського державного аграрно-технічного університету

м.Кам'янець-Подільський Науковий керівник:к.е.н., доцент Ковальчук В.Г.

САМОМЕНЕДЖМЕНТ І САМОУПРАВЛІННЯ ЯК МЕХАНІЗМИ ДОСЯГНЕННЯ СИНЕРГЕТИКИ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ СИСТЕМ

Самоменеджмент – це відносно нове поняття в управлінській науці. Його виникнення багато в чому пов'язане з переосмисленням змісту діяльності особистості й більш глибоким розумінням процесів самодіяльності, що протікають усередині організації. Самоменеджмент - послідовне і цілеспрямоване використання керівником випробуваних методів і практичних прийомів роботи в повсякденній діяльності для підвищення ефективності виконуваних процедур і операцій, досягнення запланованої мети. Самоменеджмент направлений на максимальне використання працівником власних можливостей і усвідомлене управління своїм робочим часом [4, с.115].

З моменту свого зародження розуміння самоменеджменту як галузі знань, наукової дисципліни й практичної діяльності багаторазово змінювалося, щоразу набуваючи більш універсального, методологічного характеру. Спочатку

самоменеджмент практично повністю ототожнювався з тайм-менеджментом – дисципліною, що «виросла» на тому ж «грунті», що й самоменеджмент, але яка має дещо інший предмет вивчення. Наприклад, Л. Зайверт визначив самоменеджмент як «послідовне й цілеспрямоване застосування випробуваних методів роботи в повсякденній практиці для оптимального, осмисленого використання свого часу» [2, с.206]. Предмет вивчення синергетики - механізми самоорганізації, тобто механізми мимовільного виникнення, щодо успішного існування і саморуйнування макроскопічних впорядкованих структур, що мають місце в таких системах. Ці механізми утворення і руйнування структур, механізми переходу від хаосу до порядку і назад властиві живим і неживим системам, світу людських і соціальних процесів. Результати досліджень у цій області показують, що як окрема людина, так і суспільство в цілому - це відкриті нелінійні системи, для керування якими необхідні принципово нові підходи. Це викликає необхідність розробки нових методів діяльності персоналу управління та приведення у відповідність старих методів новому механізму управління. Відповідно до синергетичним ідеями кожна людина, організація, вся планета мають, по-перше, безліч шляхів розвитку. Це дозволяє говорити, що шлях розвитку кожного з нас не визначений, не єдиний. Можна вибрати кращий, оптимальний для себе шлях [4, с.108].

Один з фахівців у цій галузі пише: "Можливо кілька шляхів розвитку складного об'єкта, майбутнє не однозначно визначається цим (початковими умовами), його не можна передбачити, спираючись тільки на попередній досвід. Оптимальний шлях розвитку треба вибирати, його потрібно враховувати, їм потрібно управляти [3, с.320]. По-друге, кількість шляхів розвитку не нескінченно і, отже, реалізувати не всі, які представляються бажаними мають обмеження. По-третє, людина може описати, розрахувати бажане, оптимальні для себе, здійсненні "сценарії" розвитку подій і культури прийдешнього. Знаючи майбутнє бажане стан (мета) і способи проходження природним тенденціям самоорганізації систем, людина може скоротити час досягнення мети. На цій основі можна розробити програму дій.

Синергетичний підхід до управління робочим часом підприємства є одним з найбільш перспективних напрямків міждисциплінарного застосування ідей синергетики в соціальних науках. На жаль, у роботах більшості дослідників, що працюють у рамках синергетичного підходу, власне управлінська проблематика рідко виходить за рамки констатації, низки загальних принципів і положень. Крім того, в останні роки втрачений міцний, сталий зв'язок між теорією (наукою) і практикою (безпосередньою управлінською діяльністю). У підсумку, дослідники рідко мають можливість перевірити на практиці власні ідеї й розробки. А керівники організацій, в умовах нестачі теоретичних знань про закони й механізми функціонування й розвитку соціальних систем, навпаки, змушені діяти методом проб і помилок у пошуках оптимальної стратегії управління.

Організація як процес формує підсистему управління, призначення якої полягає у підтримці процесу розвитку соціальної системи, а також у забезпеченні його спрямованості на задоволення соціальних потреб членів даного співтовариства. Самоуправління організаційного процесу забезпечує гнучкість і високу адаптивну спроможність структур, що цілеспрямовано створюються. Таким чином, обґрунтовується положення про єдність форм суспільної упорядкованості - самоорганізації й організації, а також соціального управління, як засобу їхнього забезпечення [1, с.148].

Отже, синергетика орієнтує на те, що навіть найбільш зважені й прораховані управлінські рішення, приватні чи колективні, не обов'язково, кожного разу, будуть призводити до бажаного й добре передбачуваного результату. Тому також необхідна діагностика ризиків управлінських рішень, де враховувалися б можливі траєкторії розвитку системостворюючого процесу, де ключовими механізмами постають самоменеджмент і самоуправління.

Список використаних джерел

1. Бевзенко Л.Д. Соціальна самоорганізація. Синергетична парадигма: можливості соціальних інтерпретацій / Л.Д. Бевзенко // - К.: Інститут соціології НАНУ, 2002. - 437 с.
2. Зайверт Л. Ваше время – в Ваших руках : Советы руководителям, как эффективно использовать рабочее время / Л. Зайверт; пер. с нем. Л.И. Цедилина; Авт. предисл. В.М. Шепель // – М.: Экономика, 1991. – 232 с.
3. Колпаков В. М. Самоменеджмент / В.М. Колпаков // Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. –К.: ДП «Видавничий дім «Персонал», 2008. - 528 с.
4. Лукашевич М.П. Теорія і практика самоменеджменту: навч. посіб./ М.П. Лукашевич // – К. : МАУП, 1999. – 360 с.

Дзюрдзевич Лілія Ярославівна,

студентка напрямку підготовки 6.030601 «Менеджмент»
економічного факультету
Подільський державний аграрно-технічний університет,
м. Кам'янець-Подільський
Науковий керівник: д.е.н., професор Чикуркова А. Д.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ОРГАНІЗАЦІЇ

У сучасних умовах розвитку національної економіки суттєвим і актуальним є конкурентоспроможний персонал і ефективність соціально-трудових відносин, тому кадрова політика є важливою складовою генеральної стратегії діяльності підприємства та основною його конкурентною перевагою і складовою частиною всієї управлінської діяльності та виробничої політики організації. Політика організації включає систему правил, у відповідності з якими діє система в цілому і люди, які входять в цю систему. Крім фінансової, маркетингової, політики по відношенню до конкурентів розробляється і здійснюється кадрова політика. Тому питання кадрової політики є актуальним, оскільки вона є одним з вирішальних напрямів управління персоналом в сучасному конкурентному середовищі.

Кадрова політика підприємства-це система принципів, ідей, вимог, що визначають основні напрямки роботи з персоналом, її форми і методи. Кадрова політика визначає генеральний напрям і основи роботи з кадрами, загальні і специфічні вимоги до них і розробляється власниками підприємства, вищим керівництвом, кадровою службою.