

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

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 Копішинська 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.

1) Низький рівень залучення працівників. Іноді зв'язання з новою системою, особливо коли старі системи існують протягом тривалого часу, може означати, що персонал неохоче користується новим програмним забезпеченням CRM.

Рішенням цієї проблеми є показ всіх рівнів персоналу включаючи керівництво, наскільки корисною може бути система управління персоналом для покращення бізнесу, а також, можливо, пропонуючи персоналу стимули для позитивних результатів за допомогою системи, може допомогти боротися з цим.

2) Незадоволення клієнтів. При використанні CRM для створення автоматизованих систем обслуговування споживачів, може виявитися неприємністю для клієнтів, які бажають краще мати більш особистий контакт.

Рішенням є правильна перевірка систем та досягнення балансу між ефективністю та особистими контактами, які можуть задовольнити клієнтів.

3) CRM не підходить для бізнес-вимог. Часто підприємства не є повністю проінформованими, і в підсумку вони можуть інвестувати в пакет CRM, який не відповідає їхнім потребам. Деяке програмне забезпечення розроблено для розміщення на окремих платформах, що добре для малого бізнесу. Більшим компаніям доведеться розглянути альтернативні варіанти та ретельно дослідити їх.

Вирішенням проблеми буде перегляд великим бізнесом хмарні пакети програм CRM, які дозволять їм отримувати доступ до своїх даних, коли це буде потрібно. Багато CRM-компаній пропонують безкоштовні пробні версії або обмежену безкоштовну послугу, яка може бути корисною для випробування різних продуктів.

4) Питання безпеки. Сама природа програмного забезпечення CRM створює потенціал для поведінки з даними. Такі великі бази даних, деякі з яких містять сотні тисяч особистих даних, зберігаються в Інтернеті.

Для того щоб зменшити ризики взлому необхідно запроваджувати регулярне та ретельне тестування CRM-пакету. Потрібно переконатися, що співробітники повністю навчені тому, як обробляти конфіденційну інформацію та, що внутрішні системи безпеки є достатньо надійними, щоб перешкоджати зовнішнім атаками. Як і у всіх Інтернет-сервісах, зберігання конфіденційних даних ніколи не є на 100% безпечним, але є важливі заходи, які можна вжити, щоб різко мінімізувати ці ризики.

5) Застаріла інформація. Смаки клієнтів постійно змінюються, і дуже важливо, щоб маркетологи не відставали, використовуючи стару інформацію.

Рішенням є регулярний аудит власних даних та регулярна перевірка даних клієнтів так, як це простий та ефективний спосіб забезпечити актуальність наявних даних.

Підприємства можуть зіткнутися з проблемами CRM-систем, їх, як правило, можна вирішити, звернувшись за консультацією до фахівців, а також шукаючи найбільш ефективного постачальника CRM.

CRM-система дозволяє автоматизувати процес спілкування з клієнтом і методи обробки його звернень, що позитивно відображається в реалізації клієнтоорієнтованої стратегії компанії та сприяє росту її прибутків.

### *Список використаних джерел:*

1. <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/>
2. [http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/23\\_2\\_2019ua/29.pdf](http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/23_2_2019ua/29.pdf)
3. <https://www.successwithcrm.com/business-issues-solved>

*Гриців О.П.*

*здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»,  
спеціальність Інформаційні системи та технології  
Науковий керівник – к.т.н., доцент Дегтярьова Л. М.*

## **ПРОГРАМНА РЕАЛІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ОБЛІКУ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ТИПУ.**

У сучасних умовах інформаційні технології набувають неабиякого значення, особливо у досягненні запланованих результатів. Для прискорення процесу, та запланованих результатів приходиться йти на автоматизацію свого закладу. Кожна людина має властивість виснажуватися, а за допомогою різних інформаційних систем можна повернути все так, що буду мінімальна кількість робітників, і більша продуктивність роботи.

Автоматизацію закладу можливо розділити на 3 категорії [1]:

1. Базовий - призначений для використання в їдальнях та інших невеликих закладах, в яких обслуговування ведеться без офіціантів, дозволяє приймати замовлення і оперативно передавати його на виконання.

2. Стандартний - комплект постачання, відповідний більшості кафе. Тут є компоненти для роботи офіціантів, барменів. Дозволяє оперативно приймати замовлення від клієнта, розділяти в залежності відмісця приготування і так само оперативно доставляти замовлення клієнта.

3. Розширений - комплект, призначений для закладів, в яких планується можливість самостійного формування замовлення клієнтом за допомогою клієнтського інтерфейсу.

Прикладом такого впровадження можуть слугувати програми для ведення бази клієнтів, база доставщиків товару, планування діяльності закладу, прийняття заказу/клієнта, система для персоналу.

Отже, ефективне функціонування інформаційних технологій сприяє забезпеченню управління виробничо-торгівельною діяльністю та основними бізнес-процесами підприємств ресторанного господарства, а також створює єдиний інформаційний простір для ведення точного, оперативного й зручного обліково-аналітичного процесу.