

Зважаючи на це, проведемо аналіз впливу впровадження CRM-системи у діяльність девелоперської компанії у розрізі означених особливостей:

1. Автоматизація фіксації CRM-системою всіх лідів унеможлиблює їх втрату і, відповідно, надає впевненість у тому, що витрати на їх отримання не були марними. До того ж система фіксує джерела їх залучення, що дозволяє проводити моніторинг і аналіз ефективності рекламних кампаній.

2. Інформація про клієнта і всі взаємовідносини з ним фіксуються у єдиному місці, що дозволяє не тільки накопичувати статистичну базу, але й уникнути зайвих уточнень при роботі з клієнтами протягом великого проміжку часу чи у разі їх повторного звернення. Це заощаджує час як клієнтів, так і менеджерів, які до того ж стають взаємозамінними, адже всю необхідну інформацію вони можуть отримати з єдиного джерела.

3. Єдина система дозволяє надавати клієнту не тільки персоналізовані пропозиції але й всю необхідну інформацію, маючи впевненість у її актуальності на момент комунікації. У випадку наявності великої кількості менеджерів, єдина система дозволяє уникнути непорозумінь, наприклад, коли декілька менеджерів продають одне і те саме приміщення різним клієнтам.

Проведений аналіз показав, що використання CRM-системи створює необхідні передумови для підвищення лояльності покупців, тобто їх прихильності до продукції і сервісу компанії. Саме тому впровадження CRM-системи є доцільним для девелоперських компаній адже підвищення лояльності покупців, а відповідно і збільшення обсягів продажів, є вагомою перевагою на ринку первинної нерухомості, який характеризується доволі високим рівнем конкуренції. При цьому варто зауважити, що сама по собі CRM-система не забезпечує ефективності бізнесу, адже її головною задачею є систематизація роботи з клієнтами. Інакше кажучи, CRM-система є засобом підвищення ефективності бізнес-комунікацій, що у свою чергу підвищує і конкурентоспроможність компанії.

УДК: 33

Санира П.А.

аспірант, кафедра економіки будівництва КНУБА

**ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ
ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЯК СПОСІБ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
СТРАТЕГІЧНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Перехід України на шлях сталого економічного розвитку, її інтеграція до європейського і світового співтовариства вимагають запровадження сучасних практик взаємодії держави та бізнесу, а також бізнесу і суспільства, які б дозволили посилити взаємну відповідальність усіх учасників громадського життя, створити умови для подальшого стабільного розвитку держави і суспільства, заснованого на врахуванні якомога ширшого кола інтересів.

Сьогодні у найбільш економічно розвинутих державах світу поширення набула концепція «корпоративної соціальної відповідальності» (КСВ), що розуміється як «концепція, згідно з якою компанії інтегрують соціальні та екологічні питання у свою комерційну діяльність та у їх взаємодію із зацікавленими сторонами на добровільній основі». Корпоративна соціально-економічна відповідальність є добровільною діяльністю компаній приватного та державного секторів, спрямованою на дотримання високих стандартів операційної та виробничої діяльності, соціальних стандартів та якості роботи з персоналом, мінімізацію шкідливого впливу на навколишнє середовище тощо, з метою вирівнювання існуючих економічних і соціальних диспропорцій, створення довірливих взаємовідносин між бізнесом, суспільством та державою.

Тема корпоративної соціально-економічної відповідальності неодноразово ставала предметом дослідження у вітчизняній та закордонній практиці. Зокрема, вивчалось розуміння поняття соціальної відповідальності, пріоритети її впровадження, корпоративні практики із соціальної відповідальності, стимули, перешкоди та перспективи розвитку корпоративної соціально-економічної відповідальності в Україні.

Сучасними дослідниками вивчаються форми та інструменти корпоративного благодійництва та програм КСВ, аналізуються успішні практики КСВ провідних бізнес-структур, які розкривають сучасні підходи українських компаній до розв'язання проблем місцевих громад та спрямовані на місцевий розвиток.

Корпоративна соціальна відповідальність на сьогодні є необхідною складовою діяльності бізнесових структур та організацій. Серед успішних практик є досвід таких провідних будівельних компаній, як Київміськбуд, ТММ, Альтіс-холдинг. Найактивнішими у цій сфері є, насамперед, представництва іноземних компаній, які переносять на українське підґрунтя сучасні світові практики, принципи і стандарти, а також найбільші українські підприємства.

Однак на шляху поширення та укорінення принципів корпоративної соціальної відповідальності існує низка перешкод, що ускладнюють та сповільнюють цей процес. Для України властива обмежена співпраця із стейкхолдерами громади у визначенні напрямків програм із корпоративної соціально-економічної відповідальності, недостатній рівень довіри та активності громадського сектору.

Розвиток соціально-економічної відповідальності будівельної галузі України має цілком позитивні тенденції та перспективи. На разі все більше компаній залучаються до програм з корпоративної соціально-економічної відповідальності, виявляють інтерес до роботи у цьому напрямку, розширюють спектр практик КСВ. Важливим фактором розвитку є посилення популярності соціальної звітності серед українського бізнесу та відкритості та прозорості інформації про власну соціально-економічну відповідальність, так, компанії підвищують власну конкурентоспроможність і намагаються дотримуватися стандарту соціальної звітності GRI при підготовці своїх звітів.