

Министерство образования Республики Беларусь
Учреждение образования
Белорусский государственный университет
информатики и радиоэлектроники

УДК 658.8:004

Демешкевич
Павел Павлович

**ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЙ НА В-2-В РЫНКЕ НА ОСНОВЕ CRM ТЕХНОЛОГИЙ**

АВТОРЕФЕРАТ

на соискание степени магистра экономических наук

по специальности 1-25 80 04 «Экономика и управление народным хозяйством»

Научный руководитель
Журавлев Валерий Александрович
кандидат экономических наук, доцент

Минск 2016

КРАТКОЕ ВВЕДЕНИЕ

В условиях развивающейся рыночной экономики и при наличии негативного влияния ряда внешних факторов на коммерческую деятельность субъектов хозяйствования и функционирование народного хозяйства в целом, возникает ряд проблем, связанных со спадом спроса на товары и услуги, оттоком клиентов, что в конечном итоге приводит к снижению прибыли. В жестких условиях конкуренции на внутреннем и внешнем рынках перед руководителями предприятий стоит задача поиска новых, более эффективных способов решения ключевых задач бизнеса, направленных на удержание существующих и привлечение новых клиентов, снижение транзакционных издержек, повышение эффективности бизнес-процессов компании, оптимизация внутренних процессов, что обуславливает актуальность выбранной темы.

Основной стратегией успешного существования и дальнейшего развития современных компаний постепенно становится эффективное управление взаимоотношениями с клиентами. Ориентация компаний на усовершенствование отношений с клиентами обусловлена рядом тенденций, в частности, усилением конкуренции, повышением требований покупателей к качеству предлагаемых продуктов и уровню сервиса, снижением эффективности традиционных маркетинговых средств, а также появлением новых технологий взаимодействия с клиентами и функционирования подразделений компании.

Знание своих клиентов и удовлетворение запросов и потребностей каждого из них могут позволить компании получить новые возможности для сбыта товаров и услуг и стать ключевым фактором устойчивого развития и источником долгосрочного конкурентного преимущества компании на рынке. Одним из источников получения конкурентных преимуществ является использование концепции по управлению взаимоотношениями с клиентами, получившей название концепции CRM (Customer Relationship Management).

Диссертационная работа посвящена исследованию повышения качества коммерческой деятельности предприятий на основе CRM-систему и разработке проекта по ее внедрению.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Целью магистерской диссертации является исследование теоретических основ использования CRM-технологий в коммерческой деятельности предприятий на B2B рынке и разработка рекомендации для повышения качества коммерческой деятельности на B2B рынке на основе внедрения CRM-систем.

Для достижения поставленной цели были решены следующие задачи:

- проанализировано содержание коммерческой деятельности предприятий на B2B рынке;
- определена система показателей качества коммерческой деятельности предприятий на B2B рынке;
- уточнены теоретико-методологические основы применения CRM-систем, подробно рассмотреть их функции и возможности;
- проанализирован рынок CRM-систем;
- дана классификация CRM-систем по типу прикладного решения для различных отраслей B2B рынка;
- дан анализ популярных продуктов на рынке CRM-систем;
- проанализирована коммерческая деятельность предприятия на B2B рынке на примере ООО «Специальные материалы»;
- разработаны мероприятия, направленные на увеличение эффективности деятельности ООО «Специальные материалы» на основе CRM-технологий;
- разработать проект внедрения CRM-технологий на предприятиях на B2B рынке.

Объект исследования – коммерческая деятельность предприятий на B2B рынке.

Предмет исследования – применение CRM-систем на повышение качества коммерческой деятельности предприятий на B2B рынке.

Теоретико-методологическую основу исследования составляет анализ информации из периодических изданий, учебников отечественных и зарубежных специалистов по теме исследования, международное законодательство и законодательство Республики Беларусь.

Эмпирическую базу исследования составляют данные бухгалтерской и финансовой отчетности предприятия.

Научная значимость работы состоит в уточнении понятия коммерческой деятельности предприятий, определении понятия и системы показателей качества коммерческой деятельности предприятий, исследовании практических и теоретических аспектов использования CRM-технологий для повышения качества коммерческой деятельности предприятий на B2B-рынке.

Практическая значимость работы заключается в разработке системы показателей качества коммерческой деятельности предприятий и предложений, направленных на повышение качества коммерческой деятельности предприятий на B2B рынке на основе CRM-технологий.

Реализация на практике предложенных мероприятий позволит повысить качество работы предприятий с клиентами, планировать мероприятия и рассчитывать ключевые финансовые показатели по продажам, повысить эффективность и качество работы менеджеров по продажам и всего предприятия в целом.

Личный вклад автора диссертации состоит в теоретическом обосновании необходимости повышения качества коммерческой деятельности предприятий на основе CRM-технологий и разработке практических рекомендаций по внедрению CRM-системы на предприятиях B2B рынка.

Для решения данных проблем были выполнены следующие работы:

- проанализировано содержание коммерческой деятельности предприятий на B2B рынке;
- определена понятие качества коммерческой деятельности и предложена система показателей качества коммерческой деятельности предприятий на B2B рынке;
- уточнены теоретико-методологические основы применения CRM-систем, подробно рассмотреть их функции и возможности;
- проанализирован рынок CRM-систем и популярные продукты на рынке CRM-систем;
- дана классификация CRM-систем по типу прикладного решения для различных отраслей B2B рынка;
- проанализирована коммерческая деятельность предприятия на B2B рынке на примере ООО «Специальные материалы»;
- разработаны мероприятия, направленные на увеличение эффективности деятельности ООО «Специальные материалы» на основе CRM-технологий;
- разработан проект внедрения CRM-технологий на предприятиях на B2B рынке.
- предложено внедрить CRM-систему terrasoft, которая позволила решить проблемные вопросы, связанные с недостаточной эффективностью сотрудников, хранением и обработкой информации;
- с помощью предложенного к использованию программного продукта, улучшено качество коммерческой деятельности предприятия, повышена эффективность работы сотрудников;

- проводится анализ ассортимента продукции с помощью CRM-системы terrasoft, что поможет принять правильную стратегию при выборе поставляемой продукции и закупке складских позиций;

- предложено внедрить систему электронного документооборота на 100% операций по взаимодействию с клиентами и поставщиками, что повысит эффективность менеджеров и лояльность клиентов.

Методы исследования: сбор первичных данных, анализ внутренних данных предприятия, системный подход, сравнительный анализ и аналитические методы.

Апробация результатов диссертации. Результаты магистерской диссертации были использованы в работе компании ООО «Специальные материалы».

Опубликованность результатов. За время написания магистерской диссертации магистрантом было принято участие 51-й Научной конференции аспирантов, магистрантов и студентов «Проблемы экономики и информационных технологий», по итогам которой были опубликованы материалы «Особенности рынка телекоммуникационного оборудования в Республике Беларусь». Также была опубликована статья «Защита информационных технологий при использовании CRM-систем» в научном периодическом издании «IN SITU», включенном в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ).

Структура и объем диссертации. Структурно диссертация состоит из введения, в котором обусловлена актуальность выбранной темы, сформулированы цель и задачи исследования; трех глав, раскрывающих те или иные аспекты исследуемой темы; заключения, в котором представлены обобщающие выводы по проведенному исследованию, библиографии. Диссертация изложена на 99 страницах машинописного текста, библиография включает 38 наименований.

КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обоснована актуальность исследования, отражена степень разработанности обозначенной проблемы, поставлена цель, сформулированы задачи, определены методы исследования, раскрыта практическая значимость работы.

В **первой главе** дано описание основных понятий коммерческой деятельности предприятий, определено понятие качества коммерческой деятельности и предложена система показателей качества коммерческой

деятельности, дана характеристика CRM-технологий и их роли в повышении эффективности коммерческой деятельности предприятий. Также в этой главе приведена классификация CRM-систем и описана проблема защиты данных клиентов при использовании данных систем.

Во **второй главе** проведен анализ маркетинговой деятельности предприятия ООО «Специальные материалы». Дана характеристика предприятия, проведен анализ рынка, анализ взаимоотношений с клиентами. Также приведен пример работы с клиентами в CRM-системе.

В **третьей главе** описана разработка проекта внедрения CRM-системы в ООО «Специальные материалы». В ней приводятся решения по улучшению работы с клиентами, проектирование CRM-системы, дана оценка стоимости и экономическая эффективность проекта.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В диссертации проанализированы основных понятий коммерческой деятельности предприятий на B2B рынке, определено понятие качества коммерческой деятельности и предложена система показателей качества коммерческой деятельности, дана характеристика CRM-технологий и их роли в повышении эффективности коммерческой деятельности предприятий на B2B рынке.

Дана характеристика коммерческой деятельности ООО «Специальные материалы». Компания имеет хорошие показатели финансово-экономической деятельности и в целом конкурентоспособна. Но слабой стороной организации являлась работа с клиентами. Менеджеры по продажам вели записи о клиентах индивидуально, в записных книжках или в Excel-файлах; переписка с клиентами по электронной почте хранилась только в почтовом ящике менеджера - важные письма пропадали или могли быть стерты; не было контроля продаж, менеджеры нередко забывали перезвонить клиенту или отослать необходимую информацию; не боролись за каждую сделку, а выбирали те сделки, которые принесут большую выгоду именно им, а не компании. Ошибки в работе оправдывались большой загрузкой. Для решения данных проблем было предложено внедрить CRM-систему terrasoft, которая помогла решить ряд вопросов.

После внедрения вся информация о клиентах и сделках хранится в одной защищенной базе данных с разделяемым доступом, предприятие не теряет потребителя при увольнении менеджера – вся информация о клиенте и сделках сохраняется, в случае сбоя системы можно аварийно восстановить данные с

резервного сервера. Появилась возможность автоматизировать рутинные операции: телефонные переговоры с клиентом, рассылку факсов и электронных писем, распечатку наклеек на письма и т. п.

Появилась возможность автоматизировать рутинные операции: телефонные переговоры с клиентом, рассылку факсов и электронных писем, распечатку наклеек на письма и т. п. Система помогает соблюдать регламент работы с клиентами. Нет необходимости в расширении штата благодаря значительному повышению эффективности работы сотрудников. Как показывает практика многих организаций, внедривших CRM-систему, увеличение объема продаж составляет 10-20%.

Стоимость внедрения CRM-системы в компании ООО «Специальные материалы» составила 96 645 000 руб. В результате расчётов можно сделать вывод о том, что проект внедрения CRM-системы является эффективным и за год принес чистой прибыли в размере 14 086 €. Срок окупаемости затрат на CRM- систему составил 6,4 месяца.

На основе анализа опыта внедрения и использования CRM-системы в ООО «Специальные материалы» даны предложения по повышению качества коммерческой деятельности предприятий на B2B-рынке на основе клиентоориентированного подхода и CRM-технологии.

СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ

[1-А.] Демешкевич, П.П. Защита информационных технологий при использовании CRM-систем // научно периодическое издание «IN SITU» / редкол. Г. В. Мартиросян.- Москва: Европейский фонд инновационного развития, 2015 – 133 с.

[2-А.] Демешкевич, П.П. Особенности рынка телекоммуникационного оборудования в Республике Беларусь // 51-я научная конференция аспирантов, магистрантов и студентов «Проблемы экономики и информационных технологий. Материалы» (Минск, 13-17 апреля 2015 года): материалы конференции / редкол. Т. С. Космыкова [и др.]. – Минск: БГУИР, 2015. – 88 с.