

УДК 658.89:004

Гевко В.Л., Гевко О.Б.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ
ВЗАЄМОВІДНОСИНАМИ З КЛІЄНТАМИ**

V.L. Gevko, O.B. Gevko

**INFORMATION TECHNOLOGIES IN CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT**

Інформаційні технології та системи мають вирішальну роль у забезпеченні довгострокового успіху підприємства на ринку, вони є каталізатором розвитку й упровадження наукоємних, енергозберігаючих і ресурсозберігаючих технологій та сучасних концепцій управління. Однією із таких концепцій є управління взаємовідносинами з клієнтами, впровадження якої не можливе без належного інформаційно-комп'ютерного забезпечення.

Процеси глобалізації та інформатизації, які супроводжують перехід суспільства до інформаційного укладу, назавжди змінили ділове середовище. Отже, вітчизняні підприємства, які ставлять собі за мету конкурувати із потужними зарубіжними компаніями та бути успішними у довгостроковій перспективі, не можуть залишатися осторонь цих процесів і повинні використовувати всі можливості сучасних інформаційних технологій. Так, за даними Євростату 95% підприємств Євросоюзу застосовують у своїй діяльності комп'ютери й Інтернет, а більше 75% – використовують Інтернет у сфері банківських і фінансових послуг [1, с.16]. Більше того, зіставлення окремих показників проекту Legatum Prosperity Index (індекс процвітання країн) та кількості захищених Інтернет-серверів з розрахунку на 1 млн. жителів дало можливість виявити, що чим більший рівень доступу до Інтернет, тим вища здатність країни до підприємництва.

Міжнародні компанії сфери інформаційних технологій наближаються до граничних показників зростання в межах розвинених країн і тому сфера їх інтересів поступово буде зміщуватися на обширні ринки країн, що розвиваються [2]. Отже, є підстави сподіватися, що це сприятиме активізації використання ІТ у різних сферах вітчизняної економіки. Як свідчать дані Держкомстату, цей ринок в Україні щороку набуває все більшого розвитку. Експерти прогнозують подальший бурхливий розвиток Інтернет-проектів й активізацію інвестиційної діяльності у цій сфері.

Добре відомо, що розширене застосування інформаційно-комп'ютерних технологій дає можливість скоротити операційні витрати, підвищити продуктивність діяльності та забезпечити зростання прибутковості. Сучасні інформаційні технології відіграють ключову роль у підвищенні ефективності управління підприємством, оскільки:

- дають змогу опрацьовувати значні обсяги інформації, вивільняючи трудові ресурси для творчої інтелектуальної праці;

- забезпечують обґрунтування ухвалення раціональних управлінських рішень на стратегічному й оперативному рівнях;
- дозволяють реалізувати ділову стратегію, здійснювати основні та допоміжні бізнес-процеси;

У становленні концепції управління взаємовідносинами з клієнтами інформаційні технології відіграють двояку роль. З однієї сторони, індивідуалізований підхід до взаємодії з клієнтами вимагає впорядкування інформації про внутрішні бізнес-процеси та можливість оперативного пошуку необхідних даних для прийняття рішень в процесі продажу та післяпродажного обслуговування клієнта. З іншої сторони, в результаті такої взаємодії з клієнтами накопичується масив даних, які при належному аналізуванні та інтерпретації можуть стати цінними відомостями для покращення товарів та послуг, рівня обслуговування чи внутрішніх бізнес-процесів і навіть для вдосконалення ділової стратегії. Провідне місце у забезпеченні ефективності цих процесів належить впровадженню передових інформаційних технологій.

Між розвитком інформаційних технологій та концепцією управління взаємовідносин з клієнтами існує взаємний каталітичний вплив, тобто розвиток інформаційних технологій сприяє активному поширенню й розвитку клієнт-орієнтованих технологій, а зростаючі потреби останніх стимулюють розроблення і вдосконалення відповідних програмних продуктів.

Завдяки розвитку інтернет-технологій все більшого розповсюдження на світовому ринку програмного забезпечення, в тому числі систем управління взаємовідносинами з клієнтами, набуває модель Saas (Software as a Service). Вона полягає в тому, що програмне забезпечення розміщується на веб-сервері компанії-розробника або провайдера та надається компанії-користувачу на умовах оренди через Інтернет.

У багатьох випадках впровадження CRM-систем обмежується освоєнням нових інформаційних технологій та технічними діями щодо створення електронних баз даних і автоматизацією формалізованих процесів, таких як прямі адресні розсилки рекламної інформації. Така CRM-система не дає відчутного поліпшення взаємовідносин з клієнтами та очікуваного підвищення прибутковості. Ефективність впровадження CRM-проектів на вітчизняних підприємствах залежить не лише від технічного забезпечення, а в першу чергу від усвідомлення керівниками необхідності переорієнтації роботи на клієнта та рівня розвитку інформаційно-комунікаційної інфраструктури. Передумовами формування та розвитку такої інфраструктури є державна підтримка та активізація підприємницького сектору у сфері інформатизації.

Література:

1. Eurostat statistical books European Business - Facts and figures 2009 [Electronic resource]. – Mode of access: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>.
2. Нерсисян М. «Зеленый компьютер за 100 «зелених» /Марина Нерсисян // Всеукраинская рейтинговая программа «Гвардия». Рейтинг новаторов 2008. - с.46-49.