

УДК 338.1

**В.О. Выборна**

НТУУ «КПІ», Україна

## **CRM-СИСТЕМА, ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

**V.O. Vybornaya**

### **CRM SYSTEM AS AN INFORMATION COMPONENT OF ENTERPRISE INNOVATIVE POTENTIAL**

Сучасні умови ведення підприємницької діяльності, які характеризуються підвищеним рівнем конкуренції, спонукають керівників малого, середнього та крупного корпоративного бізнесу дедалі ретельніше формувати інноваційний потенціал. Структурно до інноваційного потенціалу відноситься велика кількість складових. Саме визначення «інноваційний потенціал» трактується вченими по-різному. Так, з точки зору Балабанова І. Т. «інноваційний потенціал» - це загальна сукупність усіх: фінансових, матеріальних, інформаційних, науково-технічних ресурсів, які підприємство використовує в процесі інноваційної діяльності [1]. На думку українських дослідників Мартюшевої Л. та Калишенко В. інноваційний потенціал являє собою сукупність ресурсів, що можуть бути використані та спрямовані на реалізацію інноваційної діяльності з метою задоволення потреб суспільства за умови впливу внутрішніх і зовнішніх чинників інноваційного середовища підприємства [1]. Таким чином, з даних трактувань можна виділити ресурсний підхід, який є базисом інновацій на підприємстві.

На сьогоднішній день, в структурі інноваційного потенціалу підприємства виділяють інформаційну складову, вагомість якої досить швидко зростає (табл. 1).

Таблиця 1 – Структурні складові інноваційного потенціалу підприємства [3]

<b>Складова</b>	<b>Опис</b>
Наукова	наукові розробки, дослідно-конструкторські роботи, ноу-хау
Технічна	особливості виробничого обладнання, основних та допоміжних матеріалів, технічного оснащення для виробництва нової продукції
Технологічна	динамічність, методи, технології, наявність прогресивних методів організації виробництва
Кадрова	кваліфікація, демографічний склад, плинність тощо
Просторова	виробничі площі, характер будівель, комунікації та їх розміщення
Організаційна	організаційна структура, характер управління, інформаційні зв'язки, оперативність збору і обробки інформації
Фінансова	динаміка основних фінансових показників, умови кредитування, можливість фінансування НДДКР
Інформаційна	система забезпечення пошуку інформації та обміну знаннями й досвідом між підрозділами фірми

Інформація включає в себе як відомості про продукти (ціни, види, якості, особливості тощо), так і про конкурентів, споживачів. В боротьбі за споживача підприємства намагаються підвищити якість обслуговування, збільшити портфель клієнтів, в повній мірі одержати інформацію з зовнішнього середовища про стан ринку. Відтак, одним з інноваційних інструментів ведення боротьби на будь-якому ринку є система CRM або Customer Relationship Management – система управління взаємовідносинами з клієнтами.

З точки зору наукового підходу CRM – це стратегія підприємства, яка базується на моделі взаємодії з центром філософії бізнесу – клієнтом, а головним напрямком діяльності є підвищення ефективності маркетингу, продажів та клієнтського обслуговування [3]. Зі сторони прикладного інноваційного підходу CRM – це програмне забезпечення для організацій, призначене для автоматизації стратегії взаємодії з клієнтами на основі еталонних бізнес-процесів, підвищення рівня продажів, оптимізації маркетингових кампаній та покращення обслуговування клієнтів, шляхом збереження інформації та історії взаємовідносин [2]. Тобто, така система безпосередньо відноситься до інформаційної складової інноваційного потенціалу підприємства. Узагальнений функціонал такого інструменту включає в себе [1]:

1. Консолідацію всієї історії взаємовідносин з клієнтами та контрагентами.
2. Залучення нових клієнтів та розвиток існуючих.
3. Підвищення ефективності роботи працівників.
4. Організацію ефективної схеми продажу.
5. Управління замовленнями, документообігом, маркетингом.
6. Аналітичний контроль ключових показників роботи підприємства.

В процесі запровадження CRM-системи на підприємство проект проходить ряд етапів, а саме: планування; аналіз технічного завдання; проектування; імплементація; остаточне тестування; розгортання системи.

Згідно з дослідженнями української консалтингової компанії «Інталев» та проектної IT-компанії «АбісСофт» за 2013 рік, кількість компанії у різних сферах світової економіки, що запровадили CRM-систему збільшилася на 3% в порівнянні з 2012 роком. Також, за даними цих компаній прогнозоване зростання за період 2014 року кількості підприємств, що придбали таку систему становитиме +4,35%. Зростання кількості підприємств, які звертають свою увагу на такі інноваційні технології спричинене такими результуючими факторами [1, 2]:

1. Середній економічний ефект від запровадження системи становить +15-20% від загального обсягу реалізації товарів та послуг.
2. Збільшення відсотку утримання клієнтів на 5%, за рахунок підвищення лояльності, дає додатковий економічний ефект в +20% до чистого прибутку.
3. Зменшення терміну навчання персоналу на 30%.
4. Зменшення терміну повернення дебіторської заборгованості та покращення ступеню контролю за оплатою на 50%.
5. Підвищення ефективності маркетингових кампаній за рахунок деталізованої сегментації та чіткого вибору групи клієнтів для взаємодії, побудови продуктово-сегментних та крос-продуктових матриць.

Таким чином, можна зазначити, що запровадження системи CRM на підприємстві в епоху інформатизації є доцільним кроком з точки зору інновацій. Розвиток інформаційної складової, а отже і інноваційного потенціалу, за рахунок системи управління відносинами з клієнтами надає реальну можливість підприємству для покращення фінансово-економічних результатів, підвищення клієнтської лояльності, збільшення клієнтського портфелю та оптимізації роботи з інформаційною базою.

### **Література**

1. Консалтингова компанія «Інталев» : запровадження CRM-системи. Режим доступу: <http://www.intalev.ua/library/articles/article.php?ID=25570>
2. Проектна компанія «АбісСофт»: економічна ефективність від запровадження CRM-системи на підприємстві. Режим доступу: <http://www.abisoft.com/publications/articles/2013/04/16/66/>
3. Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. / Н.В. Краснокутська - К.: КНЕУ, 2003. — 504 с.