

доступа: [https:// http://finlit.online/menedjment-organizatsiy/suschnost-soderjanie-popyatiya-kachestvo.html](https://http://finlit.online/menedjment-organizatsiy/suschnost-soderjanie-popyatiya-kachestvo.html) – Дата доступа: 25.03.2016

2. Кистенева Н.С. Качество услуг глазами современного потребителя / Н.С. Кистенева // Экономика и управление [Электронный ресурс]. – 2014. - №13 – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kachestvo-uslug-glazami-sovremennogo-potrebitelya>. – Дата доступа: 25.03.2016

3. Меркулова, Т.А. Сервис в торговле./ Т.А. Меркулова. - Краснодар: Изд-во КСЭИ, 2014. – 162с.

В. Н. Платонов, к.э.н., профессор

В. Н. Секушенко, студент

УО «Белорусский государственный экономический университет»

Минск (Беларусь)

РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ОАО «МИНСКИЙ ЧАСОВОЙ ЗАВОД»

В ходе анализа маркетинговых коммуникаций, применяемых на ОАО «Минский часовой завод», было выявлено, что на предприятии отсутствует система регистрации источников привлечения клиентов, что не даёт возможности отслеживать наиболее и наименее эффективные виды маркетинговых коммуникаций, в результате снижается эффективность работы предприятия. Это свидетельствует о необходимости внедрения системы, которая, с одной стороны, будет направлена на удовлетворение и удержание клиентов, и, с другой стороны, оптимизацию деятельности предприятия, то есть необходимо внедрить CRM-систему.

CRM-система (Customer Relationship Management) в переводе означает «управление взаимоотношениями с клиентами». Система управления взаимоотношениями с клиентами – прикладное программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами), в частности, для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путём сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процедур и последующего анализа результатов.

В настоящее время предлагается огромное количество CRM-систем различных производителей, в том числе CRM-системы, синхронизированные с программой 1С: Предприятие.

Из всех вариантов наиболее подходящим представляется «1С: Предприятие 8. CRM ПРОФ для Беларуси». Данный продукт позволяет организовать эффективную работу отделов продаж, сервисного обслуживания, маркетинга и службы качества компании на всех этапах взаимодействия с клиентами. Бухгалтерский и налоговый учет ведется в соответствии с действующим законодательством Республики Беларусь. Продукт «1С: Предприятие 8. CRM ПРОФ» для Беларуси выпущен фирмой «1С».

Основные возможности «1С:CRM ПРОФ для Беларуси»:

- управление клиентской базой, хранение подробной характеристики о каждом клиенте и контактном лице;
- управление контактами с клиентами, учет истории контактов с клиентами, оперативная передача информации между отделами;

- планирование и контроль действий сотрудников, координация работы во времени, система напоминаний и заданий;
- управление продажами, создание технологии продажи различных групп товаров, управление стадиями и этапами продажи;
- управления бизнес-процессами (BPM): полный цикл управления бизнес-процессом от создания и настройки произвольных бизнес-процессов до внедрения в работу и анализа эффективности; преднастроенные типовые бизнес-процессы «Продажа», «Разбор жалобы», «Маркетинговое мероприятие», «Сервис», «Согласование», «Согласование договора», «Поручение»;
- управление маркетингом: сегментирование клиентов, управление маркетинговыми компаниями, оценка эффективности рекламных и маркетинговых кампаний;
- анкетирование: сбор информации о клиентах, товарах, конкурентах, регионах, анализ анкет;
- возможность интеграции с телекоммуникациями (офисная телефония, SMS, факс), web-приложениями и сайтами на платформе «1С-Битрикс», организации удаленных и автономных рабочих мест.

Основная поставка «1С: Предприятия 8. CRM ПРОФ для Беларуси» включает платформу «1С:Предприятие 8», конфигурацию «1С:CRM ПРОФ для Беларуси», полный комплект документации, лицензию на использование конфигурации с ключом аппаратной защиты и лицензию на использование системы «1С:Предприятие 8» с ключом аппаратной защиты на одно рабочее место. Для ОАО «МЧЗ» необходима основная поставка «1С: Предприятие 8. CRM ПРОФ для Беларуси», а также многопользовательская лицензия на пять рабочих мест. Приобрести данный продукт можно на территории РБ у франчайзи компании «1С». В городе Минске функционируют пять франчайзи компании «1С»: ЗАО «МиСофт НВП», Группа Компаний Хьюмен Интел Систем, Компания «СмартЭксперт», Группа компаний «Главбух», Группа компаний «Аверсон». Наиболее подходящим поставщиком «1С: Предприятие 8. CRM ПРОФ для Беларуси», если оценивать по цене, является компания ЗАО «МиСофт НВП». Общая стоимость внедрения «1С: Предприятие 8. CRM ПРОФ для Беларуси» составит 12096000 рублей. ЗАО «МиСофт НВП» является также официальным дистрибьютором фирмы «1С» в Республике Беларусь.

Далее необходимо оценить какие же результаты получит ОАО «МЧЗ» от внедрения «1С: Предприятие 8. CRM ПРОФ для Беларуси». Если данная система используется правильно и в полном объеме, то она решает следующие задачи:

- удержание платежеспособных клиентов;
- управление рабочим временем сотрудников;
- автоматизация бизнес-процессов;
- ускорение информационных потоков внутри компании;
- оптимизация продуктового портфеля компании;
- управление отношениями с поставщиками;
- оптимизация расходов на маркетинг;
- управление дебиторской задолженностью;
- сокращение временных затрат руководителя на контроль текущей деятельности компании;
- защита информации и сохранение клиентской базы при уходе сотрудников.

Исходя из опыта внедрения CRM-систем, затраты персонала на выполнение действий, необходимых для работы с клиентом, при внедрении CRM-системы сокращаются на 30%. Это происходит за счет ускорения доступа к информации, автоматизации

рутинных операций и сокращения времени на внутренние коммуникации и документооборот. Экономический эффект от этого может быть достигнут путём сокращения штата отдела сбыта, соответственно экономия составит определённую часть расходов на фонд заработной платы.

Расчеты показали, что фонд оплаты труда работников отдела сбыта за октябрь месяц 2015 г. составил 71,9 миллионов рублей.

Фонд рабочего времени за октябрь 2015 года составит $18 \times 8 \times 22 = 3168$ часов. Как было упомянуто выше, с использованием CRM-системы затраты персонала на выполнение действий, необходимых для работы с клиентом, сокращаются на 30%. Поэтому можно утверждать, что для выполнения того же объёма работы возможно уменьшение фонда рабочего времени на 30%, тогда он составит 2217,6 часов. Это значит, что предприятие может сократить штат отдела сбыта примерно на пять человек.

Предлагается сократить по одному работнику из бюро внешнего рынка и со склада готовой продукции, а также трёх работников бюро внутреннего рынка. В результате фонд оплаты труда с 71,9 миллионов рублей сократится до 51,775 миллионов рублей. Экономия составит 20,125 миллионов рублей в месяц.

Таким образом, можно сделать вывод, что для внедрения CRM-системы «1С: Предприятие 8. CRM ПРОФ для Беларуси» необходимо затратить 12,096 миллионов рублей. А в результате, предприятие получает возможность сокращения штата отдела сбыта на пять человек, посредством чего достигается экономия в размере 20,125 миллионов рублей в месяц. Кроме этого, данная система даёт возможность ранжирования клиентов. Если необходимо сосредоточиться на удержании и повышении лояльности наиболее прибыльных существующих клиентов, то, для начала, надо ранжировать клиентов. CRM позволяет увидеть принцип Парето в действии – 20% клиентов делают 80% продаж.

Список использованных источников

1. CRM-системы // «1С: Предприятие 8. CRM ПРОФ для Беларуси» [Электронный ресурс] — Режим доступа — <http://www.v8.1c.ru/product>. — Дата доступа: 12.01.2015.
2. Система управления взаимоотношениями с клиентами // Википедия [Электронный ресурс]. — Режим доступа: — Дата доступа: 13.01.2015.
3. Гринберг, Пол. CRM со скоростью света = CRM at the speed of light. — СПб.: Символ Плюс, 2007. — 528 с.

Е.С. Пономарева, к. э. н, доцент

А.С. Максименко, студент

УО «Белорусский государственный экономический университет»

Минск (Беларусь)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОИЗВОДНЫХ ФИНАНСОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Финансовая деятельность предприятия (организации) должна обеспечиваться, в первую очередь, выбором соответствующих финансовых инструментов осуществления операций на различных сегментах финансового рынка. Финансовые инструменты понимаются в отечественной и зарубежной теории и практике как средство вложения,