

Пестун І.В.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ CRM-СИСТЕМИ ОПТОВОЮ ФАРМАЦЕВТИЧНОЮ ФІРМОЮ

Національний фармацевтичний університет, м. Харків
irynapestun@ukr.net

Будь-який інвестиційний проект потребує чіткого та прозорого обґрунтування своєї необхідності та життєздатності. Кожна ідентифікована бізнес-проблема, визначена бізнес-задача, як правило, має декілька способів успішного вирішення. Перед керівництвом фірми та її персоналом постає проблема вибору найбільш ефективного способу із запропонованих шляхом проведення його обґрунтування. Проблеми у сфері взаємовідносин з клієнтами та виявленні пріоритетів їх усунення можуть бути вирішені шляхом використання CRM-системи.

Метою нашого дослідження стало визначення потенційного ефекту від впровадження CRM-системи в діяльність оптової фармацевтичної фірми. Розрахунки вартості впровадження та ефективності використання виконано відповідно до критеріїв, представлених в літературних джерелах.

Обґрунтування інвестиційного проекту потребує використання фінансових методів. Вартість CRM-системи можна розрахувати на прикладі калькуляції, яка складається з витрат на впровадження та на експлуатацію системи протягом запланованого строку її використання. Витрати на впровадження містять низку послідовних етапів: встановлення та налаштування CRM-системи, імпорт даних, інтеграцію з зовнішніми додатками, з поштовими програмами, з поштовими сервісами, встановлення модулів автодозвону і автоінформатора, налаштування функції «дзвінок на відповідального», вбудовування програмного телефону, налаштування інтерфейсу, списків, довідників, документів, прав доступу, бізнес-логіки, розробку модулів, технічну підтримку. За нашими розрахунками впровадження CRM - системи може коштувати приблизно 100 тис. грн.

В свою чергу, вибір тих чи інших методик обґрунтування доцільності та ефективності CRM-проекту залежить від багатьох умов: строковість проекту,

його складність, вимоги керівництва щодо якості обґрунтування, кваліфікація виконавців тощо. Успіх впровадження CRM-системи залежить від професіоналізму виконання обґрунтування, його повноти і достовірності. Нами проведені розрахунки показників оцінки ефективності впровадження CRM-системи на прикладі великої оптової фармацевтичної компанії.

По-перше, очікується збільшення об'єму реалізації товарів і послуг. Очікуваний економічний ефект від впровадження CRM-системи складе від 5–15% відсотків від обороту грошових коштів компанії. Для компанії-зразка ця сума складе від 22 до 70 млн. грн. на рік (що дозволить практично за півтора роки окупути витрати на її впровадження).

Прогнозується зростання лояльності клієнтів. Оскільки якість обслуговування і відсоток утримання старих клієнтів пов'язані безпосередньо, та висока якість обслуговування клієнтів дає можливість підвищити дохід підприємства. Збільшення долі відсотка утримання клієнтів на 5 % за рахунок впровадження CRM-системи збільшує прибуток компанії на 20–50% (розрахунково для компанії від 8 до 20 млн. грн.). Підвищення лояльності клієнта у зв'язку з підвищенням якості обслуговування, - це перш за все довготривала цінність, що покращує імідж компанії і, дозволяє за інших рівних умов підняти ціни на продукцію і послуги. І саме цей чинник є головною причиною підвищення обсягу продажів. CRM-система дозволяє здійснювати контроль термінів оплати рахунків і різко знизити кількість випадків дебіторської заборгованості на 50–90%.

Впровадження CRM-системи дозволяє на 15–30% звільнити співробітників від рутинної праці. Цей же час можна направити на рішення прямих обов'язків з продажів і обслуговування клієнтів. Якщо ця діяльність буде ефективною хоч би на 40%-50%, то виграш компанії складе 8–12 годин робочого часу менеджера - це прямий приріст продажів і пряме зростання ефективності обслуговування. Таким чином, впровадження CRM-системи в діяльність оптової фармацевтичної компанії дозволить значно підвищити показники діяльності як матеріальні, так і якісні, незважаючи на досить високу вартість її впровадження.