

## **ИМПОРТ И ЭКСПОРТ ДАННЫХ В CRM-СИСТЕМАХ**

CRM-системы позволяют собирать в единой базе и совместно анализировать различные виды маркетинговой информации. Это внутренняя информация компании – данные о закупках, продажах, поступлениях денежных средств; информация о клиентах – данные, которые собирают менеджеры в CRM-модуле; внешние факторы и события, влияющие на деятельность компании; деятельность конкурентов и многое другое.

Ключевым моментом при переходе на новый программный продукт является возможность переноса ранее сформированных данных.

Целью данной работы является анализ возможностей некоторых CRM-систем по экспорту и импорту данных. Большинство отделов маркетинга используют в своей работе для ведения учета контактов с клиентами Excel-самостоятельные программы, различные Schedulers и т. д. Различие форматов этих программ усложняет процедуру конвертации.

Например, очень сложно адекватно конвертировать базу клиентов, заполненную, скажем, в Excel, когда используются прилинкованные записи из различных таблиц.

Загрузка, выверка и перенос данных – клиентской базы, истории взаимодействий, характеристик клиентов – процедура трудоемкая и длительная, отнимает достаточно много временных и человеческих ресурсов.

Как показывает практика, сотрудники, и без того загруженные работой, обычно с большим трудом находят время на выверку и подготовку данных для переноса. Можно, конечно, принять решение о переносе только части информации или начинать ведение базы данных, например, с начала года, но это в корне противоречит самой концепции CRM, так как именно история взаимоотношений с клиентами и прочими контактными лицами помогает установлению длительных взаимовыгодных отношений.

Поэтому выпускаемые CRM-системы предоставляют возможности интеграции их с некоторыми программными системами сторонних производителей (таблица).

CRM-система может быть реализована в двух видах. В первом случае CRM-система является модулем ERP-системы предприятия и тогда вопрос импорта и экспорта отпадает.

Во втором случае ее необходимо интегрировать с ERP-системой. Кроме интеграции с тем программным обеспечением, которое уже есть в выбранной CRM-системе, по требованиям заказчика возможна интеграция ее с другими системами и программным обеспечением.

## Интеграция CRM-систем с программным обеспечением

CRM-система	Пакет Microsoft Office	СУБД	ERP	Формат XML и CSV	Другое
<i>WinPeak</i>			<i>1С</i>		
<i>CRM Monitor</i>	<i>MS Excel, MS Word, MS Outlook</i>	<i>DBF</i>	<i>1С (все конфигурации) БЭСТ (все версии) Фолио WinСклад 7.5 ПАРУС Предприятие 7 Оборот + Гепард 2.9 Квестор</i>	<i>XML и CSV</i>	<i>графический формат WMF</i>
<i>NetSuite CRM +</i>	<i>MS Excel</i>		<i>1С</i>	<i>XML и CSV</i>	
<i>index.crm</i>	<i>MS Excel, MS Word, MS Outlook</i>		<i>1С</i>	<i>XML</i>	
<i>Terrasoft CRM</i>	<i>MS Excel</i>		<i>1С</i>		
<i>SoftUnit CRM</i>	<i>MS Excel, MS Word, MS Outlook</i>	<i>DBF MS Access</i>	<i>1С</i>	<i>XML</i>	
<i>Sales Expert 2</i>	<i>MS Excel, MS Outlook</i>		<i>1С</i>		<i>текстовый файл</i>
<i>Клиент коммун- икатор</i>	<i>MS Excel</i>		<i>1С</i>		
<i>КОИСИ- маркетинг</i>	<i>MS Excel</i>				

*Л.Н. Марченко, канд. техн. наук, доцент,  
Л.В. Федосенко, канд. экон. наук, доцент  
ГГУ им. Ф. Скорины (Гомель)*

## МОДЕЛИ И МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА

Современное состояние экономики Республики Беларусь характеризуется информатизацией общества. Информация и знания становятся все более значимым фактором производства, что приводит к изменениям в характере труда и капитала.

В настоящее время рыночная стоимость организаций и предприятий в значительной степени определяется величиной интеллектуального капитала, носителем которого является человек.

Способность экономики создавать и эффективно использовать интеллектуальный капитал характеризует экономическую силу нации, ее благосостояние. Интеллектуальный капитал в большей мере, чем физические активы или финансовый капитал, становится устойчивым конкурентным преимуществом.

Быстро меняющаяся внешняя среда организаций требует повышенного внимания менеджеров к интеллектуальному капиталу, что обуславливает поиск принципиально новых методов управления, включающих в себя, прежде всего, его оценку. Аксиома «если менеджер не может оценить что-либо, то он не может этим эффективно управлять» полностью применима к интеллектуальному капиталу. Теория и практика предлагает достаточно большой выбор математических моделей и методов оценки интеллектуального капитала, которые условно разделены на четыре основные группы.

К первой группе относятся методы прямого измерения (Direct Intellectual Capital methods – DIC), которые основываются на идентификации и оценке в денежных величинах отдельных активов или компонентов интеллектуального капитала, после чего выводится интегральная оценка интеллектуального капитала предприятия. Вторая группа представлена методами рыночной капитализации (Market Capitalization Methods – MCM), когда вычисляется стоимость нематериальных активов (разность между рыночной капитализацией предприятия и собственным капиталом ее акционеров, например коэффициент Тобина).

Методы отдачи на активы (Return on Assets methods ROA) относятся к третьей группе, где рассчитывают отношение среднего дохода организации до вычета налогов за некоторый период к материальным активам (ROA) и сравнивают с аналогичным показателем для отрасли в целом.

Методы четвертой группы, основаны на подсчете очков (Scorecard Methods – SC), которые идентифицируют различные компоненты интеллектуального капитала посредством определения индексов в виде подсчета очков или как графы. Применение SC-методов не предполагает получения денежной оценки интеллектуального капитала (например сбалансированная система показателей).

Разработанные математические модели и методы, положительно зарекомендовавшие себя в мировой практике, не всегда могут быть адаптированы для организаций и предприятий Республики Беларусь. Отечественный бизнес долгое время не рассматривал интеллектуальный капитал в качестве ведущего фактора производства и соответственно его не оценивал. Невостребованность методического инструментария измерения интеллектуального капитала не позволило накопить опыт управления знаниями и подготовить специалистов в этой области.

Выход из сложившейся ситуации, на наш взгляд, видится в следующем. Необходимо использовать накопленный мировой опыт и по мере возможности адаптировать его к отечественным условиям, а также разрабатывать новые математические модели и методы, отвечающие необходимым требованиям экономики.

Использование математических моделей и методов измерения интеллектуального капитала, в свою очередь, предусматривает подготовку менеджеров по управлению персоналом более глубоко владеющих математическим аппаратом.

*И.И. Станкевич*  
*БГАТУ (Минск)*

## **РЕЙТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ МОЛОКОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ КАК ЭЛЕМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ИХ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ**

В условиях высокой конкуренции руководителям предприятий необходимо внедрять у себя новые подходы в управлении. Для успешного ведения бизнеса высшему руководству предприятий необходимо принимать грамотные управленческие решения, влияющие на финансовое состояние как предприятия в целом, так и на его отдельные подразделения (виды бизнеса и др.).

Целью исследования является обобщение результатов анализа состояния молочной отрасли, анализ методик финансового состояния предприятий и разработка предложений по совершенствованию экономического механизма управления предприятием молокоперерабатывающей промышленности с применением стратегического корпоративного реинжиниринга и кластерного подхода.

В процессе достижения поставленных целей были использованы результаты экспериментальных работ, которые нашли свое отражение во внедрении в ГНУ «Центр системного анализа и стратегических исследований НАН Беларуси» – методики рейтинга и реинжиниринга бизнес-процессов молокоперерабатывающих предприятий; Волковысский ОАО «Беллакт» – рейтинг молокоперерабатывающих предприятий Минской и Брестской области за 2004–2006 гг.

Основной информационной базой для проведения исследования являлись: Государственная программа возрождения и развития села на 2005–2010 годы, ТПК «Бухстат» ГИВЦ Минсельхозпрода РБ (Сайт ГИВЦ Минсельхозпрода РБ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.GIVC.by>. – Дата доступа: 12.09.2008), результаты анкетирования и данные, предоставленные предприятиями молочной отрасли.

В качестве методического средства предлагается комплексная управленческая технология, представляющая собой процедуру разработки концепции, выбора стратегии, адаптации структурных параметров, планирования и реализации структурных преобразований в условиях управления предприятием:

*1 этап.* Анализ состояния организации, для которого целесообразно использовать систему критериев оценки финансовой деятельности, которая позволяет провести полную характеристику финансового состояния предприятия по следующим микроиндексам: удовлетворительность структуры бухгалтер-