

© М.В. Малыгина

Научная статья
УДК 338.24:001

ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА В ВЫСТАВОЧНУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

М.В. Малыгина

Малыгина Марина Викторовна,

кандидат философских наук, доцент кафедры философии, истории, экономической теории и права, Омский государственный аграрный университет, Омск, Россия.

marija-72@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы внедрения инновационного продукта в выставочную деятельность. Автор полагает, что инновационные технологии приводят к быстрому и значительному повышению производительности, идентичному производительности продукта, за которым следует более высокий коммерческий эффект и высокая доля прироста производительности. Внедрение инновационного продукта является отличным инструментом для успешной организации выставочной деятельности. В статье представлена деятельность ООО «МВЦ» Интерсиб» г. Омск. Рассмотрены показатели финансово-хозяйственной деятельности. Автором указано, что в целях упрощенного сбора информации об участниках выставок и их автоматического внесения в базу в МВЦ «Интерсиб» было введено использование технологии Битрикс24 CRM. Сервис Битрикс24 CRM является эффективным инструментом, представляющим компании большое количество возможностей. При анализе применения данного сервиса на предприятии было выявлено, что некоторые возможности Битрикс24 CRM не используются в полной мере по причине отсутствия сотрудника, понимающего полный функционал и преимущества сервиса. Руководству МВЦ «Интерсиб» было представлено три варианта электронных терминалов регистрации, в силу преимуществ функционала и дополнительных возможностей был выбран третий вариант – терминал «Fractal-t». Автором в ходе исследования представлен календарный план внедрения электронного терминала в МВЦ «Интерсиб», преимущества внедрения электронного терминала регистрации, технические характеристики электронного терминала регистрации. Автором указаны условия, при которых возможен перенос электронного терминала, представлены затраты на обучение сотрудников Битрикс24 CRM, с помощью прохождения курса «Модуль CRM», разработанный компанией «KISELEV GROUP». Автор отмечает, что внедрение электронного терминала способно принести предприятию немало преимуществ, способных автоматизировать и упростить рабочие процессы. Мероприятия, разработанные автором для решения выявленных проблем при внедрении инновационных продуктов в ООО «МВЦ «Интерсиб», способны оптимизировать выполнение рабочих задач.

Ключевые слова: инновационный продукт, ООО «МВЦ «Интерсиб», инновационные технологии, выставочная деятельность, технологии Битрикс24 CRM, электронные терминалы, автоматизация, рабочие процессы.

Библиографическая ссылка: Мalyгина М.В. Внедрение инновационного продукта в выставочную деятельность // ЦИТИСЭ. 2025. № 1. С. 569-584.

Research Full Article

UDC 338.24:001

IMPLEMENTATION OF INNOVATIVE PRODUCT IN EXHIBITION ACTIVITIES

M.V. Malygina

Malygina Marina Viktorovna,

Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor of the Department of Philosophy, history, economic theory and law, Omsk State Agrarian, Omsk, Russian Federation.
marija-72@mail.ru

Abstract. *The article considers the problems of implementing an innovative product in exhibition activities. The author believes that innovative technologies lead to a rapid and significant increase in productivity identical to the product's productivity, followed by a higher commercial effect and a high share of productivity gain. Implementation of an innovative product is an excellent tool for the successful organization of exhibition activities. The article presents the activities of LLC International Exhibition Centre Intersib, Omsk. The indicators of financial and economic activity are considered. The author indicates that in order to simplify the collection of information about exhibition participants and their automatic entry into the database, Bitrix24 CRM technology was introduced in IEC Intersib. The Bitrix24 CRM service is an effective tool that provides the company with a large number of opportunities. When analyzing the use of this service at the enterprise, it was revealed that some of the capabilities of Bitrix24 CRM are not fully used due to the lack of an employee who understands the full functionality and advantages of the service. The management of the IEC Intersib was presented with three options for electronic registration terminals; due to the advantages of functionality and additional capabilities, the third option was chosen - the Fractal-t terminal. During the study, the author presented a calendar plan for the implementation of an electronic terminal in the IEC Intersib, the advantages of implementing an electronic registration terminal, and technical characteristics of the electronic registration terminal. The author indicated the conditions under which the transfer of an electronic terminal is possible, and presented the costs of training employees in Bitrix24 CRM by completing the CRM Module course developed by KISELEV GROUP. The author notes that the implementation of an electronic terminal can bring many advantages to the enterprise that can automate and simplify work processes. The activities developed by the author to solve the identified problems during the implementation of innovative products in IEC Intersib can optimize the performance of work tasks.*

Keywords: *innovative product, Intersib International Exhibition Center LLC, innovative technologies, exhibition activities, Bitrix24 CRM technologies, electronic terminals, automation, work processes.*

For citation: *Malygina M.V. Implementation of innovative product in exhibition activities. CITISE, 2025, no. 1, pp. 569-584.*

В настоящее время термин «инновация» стал очень популярным, захватившим практически все сферы общественной жизни, а также символизирующим успех.

Инновации представляют собой источник роста, обусловленный непрекращающимся стремлением потребителя к получению большей выгоды и пользы [4].

Неотъемлемыми характерными свойствами инновации являются научно-техническая новизна, производственная применимость и коммерческая реализуемость. Отсутствие хоть одного из представленных свойств может отрицательно повлиять на процесс внедрения инновации [5].

Инновационный процесс – это инновационная деятельность какого-либо субъекта экономики. Это процесс, направленный на разработку, реализацию результатов законченных научных исследований и разработок либо иных научно-технических достижений в новый или усовершенствованный продукт, реализуемый на рынке, в новый или усовершенствованный технологический процесс, используемый в практической деятельности, а также связанные с этим дополнительные научные исследования и разработки [7].

Результат инновационной деятельности также можно назвать инновационным продуктом. Инновационный продукт представляет собой новый или улучшенный товар, или услугу, разработанный и внедренный на рынок посредством инновационного процесса.

Он также может быть представлен в различных формах, например, в виде новой технологии, нового продукта, услуги или процесса, соответствующего требованиям потребителей и рынка.

Положительный эффект инновационных технологий очевиден. Обычно они приводят к быстрому и значительному повышению производительности, идентичному производительности продукта, за которым следует более высокий коммерческий эффект и высокая доля прироста производительности. Все это связано с совершенствованием технологических процессов. Поскольку технологические инновации обеспечивают снижение производственных затрат и, следовательно, снижение цен, наибольшую выгоду от этих инноваций получают те производители, которые имеют большую долю рынка продаваемой продукции [2, с. 657].

Предлагая потребителям что-то новое и особенное, организациям предоставляется возможность выделиться среди своих конкурентов и приобрести конкурентное преимущество. Они также используют инновационные продукты для создания новых рынков и повышения лояльности своих потребителей [10].

Внедрение инновационного продукта на рынок характеризуется поддержкой потребителей и решением, возникающих в ходе эксплуатации проблем, проводится мониторинг реакции рынка на инновацию, а также определяется успешность продукта на рынке и оценивается его конкурентоспособность.

При внедрении инновационных продуктов на предприятии, назначаются ответственные исполнители, утверждаются регламенты деятельности с распределением функций по исполнителям, а также во времени [11]. В результате внедрения инновационного продукта в деятельность предприятия, повышается качество услуг, а также прогрессируют их характеристики [4].

В настоящее время, представляя собой инструмент макроэкономической и инвестиционной политики, выставочная деятельность создает необходимое информационное поле и обеспечивает мобильность рынка, формирует существенные финансовые потоки и приносит дополнительный доход в бюджеты всех уровней [15].

В области выставочной индустрии представление инновационных продуктов становится одним из ключевых факторов повышения их эффективности и качества.

На сегодняшний день каждая выставка нацелена на рекламу и продвижение инноваций, представленных в виде товара или услуги, заключение сделок на приобретение образцов после завершения мероприятия и организация поставок представленных товаров [6].

Выставочно-ярмарочная деятельность направлена на содействие развитию экономики Российской Федерации [13].

Успешная деятельность любого предприятия целиком и полностью зависит от инструментов и методов, которые руководители используют для организации его работы. Предприятие, которое активно развивается на рынке, может с огромным успехом справиться с современными темпами развития рынка и количеством имеющихся на нем конкурентов [3, с. 296].

Международный Выставочный центр «Интерсиб» является основателем выставочно-конгрессной деятельности в Омской области. Свою деятельность «Интерсиб» ведет с 1994 года.

Основным видом деятельности ООО «МВЦ» «Интерсиб» является предоставление EVENT-услуг в области организации индивидуальных мероприятий, корпоративных конференций, профильных форумов сферы деятельности компании-заказчика с детально проработанной концепцией мероприятия.

За 30-летний период своей деятельности предприятием проведено более 1500 мероприятий как в Омске, так и в других городах России. Помимо России предприятие активно проводит мероприятия в Казахстане, Китае, Узбекистане, Туркмении, Индии и других странах.

Более миллиона компаний из России и почти 50 стран мира принимали участие в мероприятиях Выставочного Центра «Интерсиб», проходящих в формате конгрессно-выставочных мероприятий, торгово-экономических миссий и деловых конференций.

Конгрессные мероприятия представляют собой предпринимательскую деятельность, направленную на создание благоприятных условий, способствующих эффективному обмену информацией о производственно-технологических разработках и научно-практических достижениях, заключению деловых и научных контактов с целью установления и развития отношений между изготовителями товаров, поставщиками услуг и их потребителями [14].

Конгрессные мероприятия на выставке – это организованные по ее теме и проходящие в период ее проведения в помещениях конгрессно-выставочного центра форумы, съезды, конференции, семинары, круглые столы и совещания, среди которых преобладают деловые, научно-практические и корпоративные мероприятия. Такие мероприятия, в отличие от торговых выставок, не предполагают обеспечение условий для непосредственного сбыта товаров [14].

В качестве заказчика конгрессно-выставочного мероприятия, инициирующего его подготовку и проведение, могут выступать профессиональные ассоциации, предпринимательские объединения и производственные союзы, а также органы государственной власти. В качестве участников мероприятия могут присутствовать как физические, так и юридические лица. Организаторы конгрессно-выставочного мероприятия – это организации, способные обеспечить необходимую подготовку и проведение.

Частым местом проведения конгрессно-выставочных мероприятий МВЦ «Интерсиб» является областной ЭКСПОЦЕНТР «Конгресс-Холл», расположенный в торговом комплексе «Континент», город Омск.

В настоящее время МВЦ «Интерсиб» пользуется заслуженным авторитетом и оказывает значительное влияние на экономику региона, благодаря известному Сибирскому

промышленно-инновационному форуму «Промтехэкспо». Организационная структура предприятия представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Организационная структура МВЦ «Интерсиб»

Главным органом, осуществляющим планирование деятельности компании и внедрение новшеств, является планово-экономический отдел, состоящий из трех человек (рисунок 2).

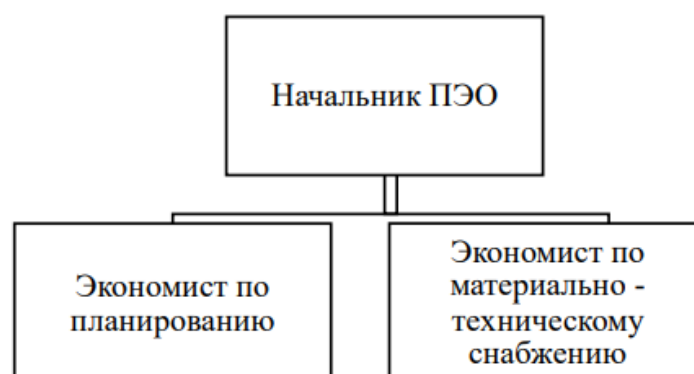


Рисунок 2 – Организационная структура ПЭО

Задачи подразделения ПЭО включают в себя:

- составление планов развития и прогнозов;
- разработка отчетной документации;
- формирование необходимых справок и аналитических пояснений;
- составление экономических расчетов;
- разработка инвестиционных проектов и бизнес-планов.

Показатели финансово-хозяйственной деятельности предприятия (таблица 1).

Таблица 1

Показатели финансово-хозяйственной деятельности МВЦ «Интерсиб»

Показатели	Ед. измерения	2023 год	2024 год	Темп роста, %	Отклонение, (+/-)
Выручка	тыс. руб.	6250	6560	105	3100

Издержки	тыс. руб.	4625	4881	105	2560
Прибыль до налогообложения	тыс. руб.	16250	17130	105	880
Чистая прибыль	тыс. руб.	14625	15372	105	747

Выручка от реализации по сравнению с 2022 годом, где она была равна 6250 тыс. руб., в 2023 году увеличилась на 310 тыс. руб. или 5% и составила 6560 тыс. руб.

Что касается издержек, которые в 2022 году составляли 4625 тыс. руб., в 2023 году они увеличились на 256 тыс. руб., то есть 5 %, что свидетельствует о том, что компания стремится вкладывать денежные средства в свое развитие, получая от этого прибыль.

Чистая прибыль после учета налогов по сравнению с 2022 годом, где она была равна 14625 тыс. руб., в 2023 году также увеличилась на 5 %, то есть на 747 тыс. руб. и составила 15372 тыс. руб.

На официальном сайте МВЦ «Интерсиб» представлен каталог оборудования, используемого для проведения выставок. Каталог состоит из классического набора оборудования, таких как, стеллажи, витрины, прилавки и так далее.

Также на мероприятиях используются информационные указатели, и является возможным использование планшетов на выставочных стендах, предоставляемых предприятием.

С недавнего времени для проведения выставок используется мобильное приложение с определенным, согласованным функционалом по информированию и коммуникации с участниками и посетителями Форума, а также практикуется проведение Online-трансляции деловой программы Форума.

Одним из главных этапов проведения выставки является регистрация участников. В целях упрощенного сбора информации об участниках выставок и их автоматического внесения в базу, в МВЦ «Интерсиб» было введено использование технологии Битрикс24 CRM.

Битрикс 24 – это российский сервис, разработанный в целях управления бизнесом, разработчиком и провайдером которого является российская компания «Битрикс» [16].

Внедрение сервиса Битрикс 24 CRM проходило в четыре этапа.

1. Предпроектный анализ. Был проведен анализ деятельности компании, для разработки рекомендаций по улучшению.

2. Аудит. Было выявлено, как более эффективно Битрикс24 может быть применен в компании.

3. Разработка проекта. Разработан проект с учетом специфики деятельности компании.

4. Внедрение. Готовый проект реализован, проведены необходимые работы по внедрению и обучению сотрудников.

Таким образом, сервис Битрикс24 CRM является эффективным инструментом, представляющим компании большое количество возможностей.

При анализе применения данного сервиса на предприятии было выявлено, что некоторые возможности Битрикс24 CRM не используются в полной мере по причине отсутствия сотрудника, понимающего полный функционал и преимущества сервиса. А именно замечено следующее:

не используется раздел сервиса «Автоматизация продаж и маркетинга»;

неактивное использование раздела «Открытая линия»;

не используется инструмент Задачи Битрикс24.

Таким образом, в ходе анализа деятельности предприятия МВЦ «Интерсиб» были рассмотрены инструменты и средства, используемые для организации и проведения выставочных мероприятий.

Для совершенствования деятельности предприятия и внедрения инновационных продуктов предлагается внедрение электронного терминала регистрации и выдачи печатный бейджей.

Печать бейджей с помощью интерактивного оборудования является современным способом регистрации посетителей на мероприятие. Участники выставок и деловых программ смогут зарегистрироваться на мероприятие самостоятельно и распечатать личный именной бейдж, что способно значительно сэкономить время на процесс регистрации, автоматически организовывая учет присутствующих.

Рассмотрены три предложения электронного терминала от разных производителей.

1. Сенсорный киоск для печати пропусков и бейджей

Производитель: компания «DREAM APP», г. Санкт-Петербург.

Ход работы:

1. Участник мероприятия вводит информацию о себе в интерфейс терминала (ФИО, мобильный телефон, наименование организации). При необходимости является возможным настройка трубчатых данных.

2. Подтверждается правильность введенных данных при нажатии на кнопку «Регистрация».

3. Посетитель получает наклейку, которую сразу можно наклеить на бейдж.

Комплектация терминала:

- интерактивный сенсорный экран;
- программное обеспечение;
- встроенный принтер.

Преимущества данного сенсорного киоска, отмечаемые производителем:

- самостоятельная регистрация каждого участника и посетителя мероприятия с помощью сенсорного экрана киоска;
- предоставление готовой наклейки, в дальнейшем приклеенной на бейдж;
- систематизация данных о зарегистрировавшихся посетителях;
- система контроля доступа на территорию проведения мероприятия;
- сокращение затрат времени и издержек на дополнительных сотрудников, производящих регистрацию.

Дополнительные возможности терминала, встраиваемые при необходимости:

- сканер штрих-кода. С помощью чего предоставляется возможность распознавания предварительной регистрации, которая была произведена на сайте предприятия. После регистрации по электронной почте посетителю высылается штрих-код, для дальнейшего его считывания на мероприятии, с помощью терминала;
- платежное устройство. Может использоваться для взимания платы, например, при проведении благотворительных мероприятий.

Цена данного электронного терминала составляет 203100 рублей.

2. Терминал печати бейджей от компании «Interactive Russia»

Производитель: компания «Interactive Russia», г. Москва.

Ход работы:

1. Посетитель мероприятия подходит к сенсорному терминалу и вводит свое ФИО, а также другую необходимую информации (опционально).

2. При заранее подготовленном списке посетителей и участников, после ввода ФИО, из выпадающего списка посетитель выбирает свои данные. При отсутствии данного списка, данные также вводятся посетителем. Подтверждаются введенные данные кнопкой «Печать».

3. Печатается бейдж с данными посетителя на пластмассовом или бумажном бейдже.

4. Посетитель крепит бейдж на предоставленную ленточку.

Комплектация терминала:

- интерактивный сенсорный экран;
- программное обеспечение;
- встроенный принтер.

Преимущества, отмечаемые производителем:

- оперативная регистрация участников мероприятия;
- выдача личных именных бейджей для каждого посетителя и участника мероприятия;
- организация и поддержка порядка;
- демонстрация компетентности предприятия в использовании современных технологий;
- простота и удобство применения.

Стоимость терминала составляет 210 000 руб.

3. Электронный терминал регистрации «Fractal-T»

Производитель: группа компаний «Контрол».

Ход работы:

1. Посетитель подходит к терминалу и самостоятельно регистрируется, вводя личные данные.
2. Происходит автоматическая проверка наличия посетителя в базе участников и посетителей (опционально).
3. При необходимости происходит проверка документов посетителя сканированием (опционально).
4. Посетителю выдается бумажный распечатанный бейдж.
5. Осуществляется сертифицированное шифрование данных.

Комплектация терминала:

- сенсорный экран;
- компьютерный блок;
- программное обеспечение;
- сканер;
- принтер для печати бумажных пропусков.

Дополнительные возможности:

- модуль удаленного заказа пропусков;
- модуль оповещения сотрудников предприятия о посетителе;
- модуль приема заявок по телефону;
- модуль организации сеансов видеоконференцсвязи;
- модуль получения фотографии посетителя (дополнительная камера вместе с

ПО).

Преимущества, отмечаемые производителем терминала:

- самостоятельная регистрация посетителей мероприятия без участия сотрудников;
- автоматическая проверка наличия посетителя в базе;
- сканирование и распознавание документов;
- оперативная выдача бумажного бейджа;
- подготовка отчетов с использованием шаблонов по информации, хранящейся в базе данных, их печать и экспорт в офисные приложения (Word, Excel);
- повышение престижности и статуса компании.

Стоимость терминала составляет 220 500 руб.

Руководству МВЦ «Интерсиб» было представлено три рассмотренных выше варианта электронных терминалов регистрации, в силу преимуществ функционала и дополнительных возможностей был выбран третий вариант – терминал «Fractal-b».

Календарный план внедрения электронного терминала в МВЦ «Интерсиб» (таблица 2). В календарном плане определена последовательность задач, назначены ответственные и обозначены даты начала и окончания работ с установленной продолжительностью в днях.

Таблица 2

Календарный план внедрения электронного терминала

№	Наименование работ	Ответственный отдел	Начало	Окончание	Продолжительность, дни
1	Подготовка проекта	Планово-экономический	1.07.2024	3.07.2024	3
2	Планирование бюджета	Финансовый	4.07.2024	8.07.2024	3
3	Выбор поставщика, дизайна терминала и заключение договора	Планово-экономический отдел	4.07.2024	5.07.2024	2
4	Доставка	Поставщик	8.07.2024	12.07.2024	5
5	Получение, установка и подготовка терминала к работе	Тех. специалист	15.07.2024	16.07.2024	2
6	Обучение сотрудников	Тех. специалист	17.07.2024	17.07.2024	1
7	Тестирование	Генеральный директор	18.07.2024	24.07.2024	5
ИТОГО					21

Таким образом, внедрение электронного терминала займет 21 день. Преимущества внедрения электронного терминала регистрации (таблица 3).

Таблица 3

Преимущества электронного терминала регистрации

Преимущество	Описание
Ускорение рабочих процессов	Сокращение времени ожидания; Автоматизация рутинных задач; Исключение необходимости в заказах бейджей.
Повышение точности информации	Автоматическая обработка данных; Исключение человеческого фактора; Уменьшение вероятности совершения ошибок; Точная регистрация данных.
Безопасность	Автоматическое резервное копирование данных исключает вероятность потери контактов.

Экономическая эффективность	Снижение затрат на сотрудника.
-----------------------------	--------------------------------

Технические характеристики и базовая комплектация электронного терминала (таблица 4).

Таблица 4

Технические характеристики электронного терминала регистрации

Наименование	Описание
Максимальное количество записей посетителей	5 тыс.
Защита данных	Сертифицированная система шифрования данных
Принтер пропусков	Ширина печати 80 мм, периодичность заправки бумаги – 1 тыс. пропусков
Сканер документов	Формат А5, скорость – 6 сек.
Монитор	Сенсорный, диагональ – 17
Напряжение питания	220 Вольт
Частота напряжения питания	50 Гц
Потребляемая мощность	Не более 420 Ватт
Габаритные размеры	410*570*1450 мм
Масса	80 кг

Максимальное количество записей о посетителях в базе данных является опциональным, то есть при необходимости максимальное количество может быть изменено. Базовым значением является 5000.

Так как МВЦ «Интерсиб» проводит мероприятие в разных местах, является возможным перенос электронного терминала, для этого необходимо:

- возможность подключения к интернету;
- иметь доступ к электрическим розеткам и необходимым адаптерам для подключения терминала;
- наличие необходимых разрешений и документов, допускающих перемещение терминала.

Таким образом, внедрение электронного терминала способно принести предприятию немало преимуществ, способных автоматизировать и упростить рабочие процессы.

После внедрения на предприятии сервиса Битрикс24 CRM сотрудниками не используются некоторые его возможности.

1. Не используется раздел сервиса «Автоматизация продаж и маркетинга», в то время как данный инструмент может быть эффективен при правильной настройке его работы.

Автоматизация осуществляется с помощью роботов, которые позволяют построить процесс работы с клиентом и в последующем помогать менеджерам идти по установленной цепочке. Также они могут выполнять автоматические действия, например, отправлять письма, совершать звонки и так далее.

Работа роботов устроена так: робот привязан к конкретному статусу документа или сделки, когда документ переходит в конкретный статус – робот срабатывает. Для каждого робота можно установить время, в которое он работает, а также указать определенное действие: задача, уведомление, письмо, звонок и так далее.

2. Не используется инструмент «Открытая линия», то есть на сервисе задействован только один канал коммуникации с клиентами, в то время как является возможным использование нескольких каналов.

Как работает открытая линия: собираются сообщения из различных каналов, используемых предприятием, и распределяются по правилам очереди между сотрудниками с последующим сохранением в CRM.

Сотрудники, увидев сообщения от клиентов в чате Битрикс24, тут же дают обратную связь, а клиенты получают ответ уже в том мессенджере, с помощью которого задавали вопрос. Контакты клиентов и история переписки с ними автоматически сохраняются в CRM.

3. Не используется инструмент Задачи Битрикс24, позволяющий планировать рабочие процессы и устанавливать их приоритеты.

Работа с задачами описывается следующим образом:

- после постановки задачи руководителем исполнитель может ознакомиться с ее описанием, добавить напоминание и установить статус выполнения задачи;
- другие сотрудники также могут наблюдать за исполнением задачи и помогать исполнителю с ее выполнением, внося корректировки в ходе ее выполнения;
- руководитель может в любой момент проверить стадию выполнения задачи и проверить ее результат, при необходимости отправить ее на доработку и в итоге оценить качество выполнения.

Управление задачами в Битрикс24 позволяет минимизировать время на постановку задач, распределение их между сотрудниками, а также упрощает контроль над выполнением поставленных работ.

Для использования всех возможностей сервиса Битрикс24 CRM предлагаем обучение сотрудников специалистами от компании «KISELEV GROUP» города Омск. Компания занимается внедрением и обучением сотрудников Битрикс24 по разработанным курсам. Команда состоит из сертифицированных специалистов, которые на постоянной основе проходят необходимые обучения, подтверждая свою компетенцию.

Обучение сотрудников МБЦ «Интерсиб» должно проходить по разработанному курсу «Модуль CRM» компанией «KISELEV GROUP».

Программа курса состоит из 4-х уроков продолжительностью 60-90 минут, проходящих в режиме онлайн. Количество слушателей условиями курса не ограничено.

Второй и третий урок курса посвящен настройке и разбору сценариев работы менеджеров, а также даются рекомендации как менеджеру по продажам эффективно распределять задачи.

На четвертом уроке обсуждаются инструменты Битрикс24: счетчики менеджеров, воронка продаж, отчеты, запись звонков и анализ Канбан.

После прохождения курса сотрудники получают сертификат, подтверждающий полученные компетенции.

В результате обучения будут получены следующие навыки:

- работа с общими настройками портала;
- работа с сущностями CRM: лиды, сделки, контакты, компании, смарт-процессы;
- настройка роботов и триггеров;
- подключение открытой линии;
- работа с задачами: планирование, выполнение и контроль;
- создание рабочих отчетов;
- овладение современными маркетинговыми инструментами.

Таким образом, обучение сотрудников предприятия полному функционалу сервиса Битрикс24 CRM повысит эффективность и организованность рабочих процессов с помощью предоставляемых им возможностей.

Необходимые единовременные затраты на внедрение электронного терминала (таблица 5).

Таблица 5

Единовременные расходы на внедрение электронного терминала

Наименование	Стоимость, руб.
Приобретение терминала (2 шт.)	441 000
Покупка лицензии ПО (2 шт.)	80 000
Доставка	5 500
Установка терминала и подготовка к работе	3 000
Установка ПО + интеграция базы данных	1 000
Обучение сотрудников	1 000
Итого	271 000

Стоимость одного электронного терминала составляет 220 500 руб., так как предлагается внедрение двух терминалов, стоимость умножена на 2.

Также является необходимым последующее ежегодное обслуживание терминала. Ежегодные затраты на внедрение электронного терминала (таблица 6).

Таблица 6

Затраты на ежегодное обслуживание одного терминала

Наименование	Стоимость, руб.
Электроэнергия	300
Расходные материалы	475
Тех. обслуживание	5 000
Интернет	3 000
Антивирусное ПО	2 000
Прочие	5 000
Итого	15 775

Так как предлагается внедрение двух терминалов, ежегодные затраты составят 31 550 руб.

Для расчета стоимости доставки электронного терминала использовался онлайн сервис расчета доставки груза, согласно которому минимальная стоимость доставки составила 5 500 рублей.

Стоимость лицензии была взята, проанализировав предложения нескольких поставщиков ПО, например, в среднем стоимость лицензии ПО группы компаний INTERCHIRS Inc. составляет 40 000 рублей.

Затраты на интернет рассчитывались по средней цене тарифов, предоставляемых для организаций. Расчет на электроэнергию (таблица 7).

Расходы на электроэнергию рассчитывались исходя из того, что в среднем МВЦ «Интерсиб» проводит 16 выставок в год. Продолжительность одной выставки составляет 1 день или восемь часов. Мощность электронного терминала в среднем составляет 300 Вт/ч., максимальная – 420 Вт/ч. Цена за 1 кВт/ч составляет 5, 58 руб. Затраты на электроэнергию составили 214, 272 руб. в год при средней потребляемой мощности, 299,98 руб. в год при максимальной потребляемой мощности.

Таблица 7

Расчет затрат на электроэнергию за один терминал

Потребляемая мощность, Вт/ч	Продолжительность выставки, ч.	Потребляемая мощность за выставку, кВт	Цена за 1 кВт/ч.	Стоимость за день, руб.	Стоимость в мес., руб.	Стоимость в год, руб.

Средняя – 300	8	$(300 * 8)/1000$ = 2,4	5,58	$5,58 * 2,4$ = 13,392	17, 856	214,272
Максимальная – 420	8	$(420 * 8)/1000$ = 3,36	5,58	$5,58 * 3,36$ = 18,748	24,998	299,98

Ежегодное техническое обслуживание электрического терминала включает в себя следующие действия:

- проверка и очистка оборудования, считывателя и принтера для предотвращения пыли и загрязнений;
- проверка работоспособности компонентов терминала;
- смазка и настройка механических компонентов;
- проверка актуальности ПО.

Наличие антивирусного программного обеспечения является важным пунктом в работе терминала, так как с помощью него обрабатываются личные данные посетителей, для которых важна безопасность и сохранность данных, также при проникновении вредоносного ПО может нарушиться работа терминала. Стоимость антивирусного ПО была взята исходя из средней цены предложений на рынке.

Расчет ежегодной стоимости заправки принтера бумагой и краской (таблица 8).

Таблица 8

Расчет затрат на расходные материалы за один терминал

	1 упаковка	1 лист бум. А4	Кол-во бейджей из одной пачки	Необходимое кол-во бейджей в год	Общая стоимость, руб.	Стоимость в год, руб.
Бумага	500 листов	6 бейджей	3 000	1 600	350	175
Краска	1 500 листов	6 бейджей	9 000	1 600	1 500	300
Итого						475

Расчет произведен исходя из среднего количества посетителей на одну выставку – 100 человек и количества выставок в год – 16. Следовательно, в год необходимо распечатать 1 600 бейджей. 1 лист бумаги формата А4 – это 6 бейджей шириной 80 мм. Упаковка бумаги количеством 500 листов – 3 000 бейджей, следовательно, упаковки бумаги может хватить на 2 года.

Стоимость упаковки бумаги в год – 175 рублей. Краска стоимостью 1500 рублей рассчитана в среднем на 1 500 листов А4, следовательно, 1 500 листов печати это 9 000 бейджей, то есть один раз купленной упаковки краски может хватить на 5 лет, в год затраты составят 300 рублей.

В таблице 9 представлены затраты на обучение сотрудников Битрикс24 CRM, с помощью прохождения курса «Модуль CRM», разработанный компанией «KISELEV GROUP».

Таблица 9

Затраты на обучение сотрудников

Режим обучения	Количество слушателей	Количество уроков	Длительность 1-го урока, мин	Стоимость, руб.
онлайн	не ограничено	4	60-90	20000

Стоимость прохождения курса всеми сотрудниками предприятия составляет 20 000 рублей. Расчет экономии средств за счет использования терминала (таблица 10).

Таблица 10

Расчет экономии средств за счет использования терминала

Кол-во ч. за одну выставку	Кол-во выставок в год	Сокращение годового фонда раб. времени, ч./год	Средняя з/п менеджера	Кол-во работников	Ставка руб./ч.	Экономия в год (два менеджера)
8	16	128	35 000	2	198	50 688

Время работы менеджера, занимающегося регистрацией, составляет 8 часов, как и продолжительность выставки. За количество выставок в год было взято значение – 16. Таким образом, при исключении менеджера на месте регистрации, сокращение годового фонда рабочего времени менеджера составляет 128 часов. Дополнительное время можно использовать, как сокращение рабочего дня менеджера или направить это время на выполнение других задач. Средняя заработная плата менеджера по работе с клиентами составляет 35 000 рублей в месяц. В МВЦ «Интерсиб» работают два менеджера, количество рабочих дней каждого – 22.

З.п/месяц: календарных дней = $35\,000 / 22 = 1\,590$ руб/день = 198 руб./час. Экономия в год на одного менеджера составит: $198 * 128 = 25\,344$ руб., на два менеджера: $25\,344 * 2 = 50\,688$ руб.

Итак, затраты на внедрение электронного терминала регистрации составляют 317 190 рублей, включая единовременные и ежегодные расходы. Установка и подготовка терминала к работе, обучение сотрудников и интеграция базы данных осуществляется с помощью технического специалиста, чьи услуги в сумме составят 5 000 рублей. Затраты на обучение сотрудников являются единовременными и составляют 20 000 рублей.

Таким образом, мероприятия, разработанные для решения выявленных проблем при внедрении инновационных продуктов в ООО «МВЦ «Интерсиб», способны оптимизировать выполнение рабочих задач. Обучение сотрудников предприятия полному функционалу сервиса Битрикс24 CRM повысит эффективность и организованность рабочих процессов с помощью предоставляемых им возможностей. Внедрение электронного терминала регистрации способствует ускорению рабочих процессов и автоматизации рутинных задач, включая регистрацию участников, обработку данных и подготовку отчетности, а также исключает необходимость в подготовке бейджей для участников и посетителей.

Список источников:

1. Асев А.А., Слуцкий М.Г., Макаров В.В. Этапы и методы реализации инновационных продуктов // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. № 5-1 (75). С. 36–40. URL: <https://www.elibrary.ru/ciqfts>
2. Базилевич С.В., Липкина Е. Д., Малыгина М.В. Отдельные подходы к внедрения инновационного продукта // ЦИТИСЭ. 2024. № 1 (39). С. 654-675. URL: <https://www.elibrary.ru/mywowj>
3. Базилевич С.В., Липкина Е. Д., Малыгина М.В. Внедрение инновационного продукта в ресторанный бизнес // ЦИТИСЭ: электронный рецензируемый научный журнал. 2021. № 1 (27). С. 281-298. URL: <https://www.elibrary.ru/lenpkm>

4. Белоцерковская Н.В., Иванченко О.П. Маркетинговые инновации: подходы, виды, содержание и внедрение // Вестник Оренбургского государственного университета. 2014. № 4 (165). С. 207–214. URL: <https://www.elibrary.ru/sfnkej>
5. Богомолова И.П., Кривенко Е.И., Стряпчих Е.С. Инновационное развитие как эффективная стратегия организации // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. 2018. Т. 80, № 1 (75). С. 398-412. URL: <https://www.elibrary.ru/sfnkej>
6. Волкова А.В., Захарова Л.Н. Роль инновационной деятельности в процессе повышения конкурентоспособности предприятия // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. № 2–1 (72). С. 40–43. URL: <https://elibrary.ru/ryduzz>
7. Гриненко С.В. Маркетинговые аспекты инновационной деятельности организаций // Современные технологии управления. 2012. № 12 (24). URL: <https://www.elibrary.ru/pknzth>
8. Грищенко А. И., Дмитриев Е. А., Легченко М. А. Инновации – определение, классификация, стадии // Вестник Брянского государственного университета. 2014. № 3. С. 182–188. URL: <https://www.elibrary.ru/tmesav>
9. Захарова Т.И., Иванов А.А., Кокоулина О.П. [и др.] Сущность концепции управления взаимоотношениями с клиентами (CRM-системы) и ее роль в повышении эффективности деятельности в современных организациях // Инновации и инвестиции. 2021. № 6. С. 44–51. URL: <https://elibrary.ru/clhebi>
10. Зиновкина А.В., Филимонова Е.А. Внедрение CRM-программ в систему развития компаний // Вопросы экономики и финансов: современное состояние актуальных проблем: Материалы Региональной научно-практической конференции. - Калуга, АКФ «Политоп». 2020. - С. 62-68. URL: <https://www.elibrary.ru/vfejfd>
11. Кочнев А. Внедрение CRM-систем в бизнесе: проблемы и перспективы // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2023. № 1 (169). С. 76-82. DOI: [10.34773/EU.2023.1.12](https://doi.org/10.34773/EU.2023.1.12)
12. Курзыкина А.В. Проблемы внедрения автоматизированной информационной системы // Молодой ученый. 2017. № 4 (138). С. 164–167. URL: <https://www.elibrary.ru/xschrh>
13. Матясов А.Ю., Шабурова А.В. Планирование инновационной деятельности на предприятии // Интерэкспо Гео-Сибирь. 2017. № 1. С. 17-26. URL: <https://www.elibrary.ru/yuehnl>
14. Мамонова Д.Г. Маркетинговые аспекты инновационной деятельности предприятия // Проблемы экономики и менеджмента. 2015. № 6 (46). С. 83–87. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=23699828>
15. Рафиков А.И. PR-продвижение инновационных продуктов: теория и практика // Инновационная наука. 2017. Том 2, № 4. С. 183–185. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29063023>
16. Ребрин М.С. CRM-система как инструмент повышения эффективности бизнеса // Молодой ученый. 2023. № 22 (469). С. 211-216. URL: <https://elibrary.ru/tzlyib>

References:

1. Asev A.A., Slutskiy M.G., Makardov V.V. Stages and methods of implementing innovative products. *Economy and business: theory and practice*, 2021, no. 5-1 (75), pp. 36 - 40. (In Russian). URL: <https://www.elibrary.ru/ciqgts>
2. Bazilevich S.V., Lipkina E.D., Malygina M.V. Certain approaches to the implementation of an innovative product. *CITISE*, 2024, no. 1 (39), pp. 654-675. (In Russian). URL: <https://www.elibrary.ru/mywowj>

3. Bazilevich S.V., Lipkina E.D., Malygina M.V. Implementation of an innovative product in the restaurant business. *CITISE*, 2021, no. 1 (27), pp. 281-298. (In Russian). URL: <https://www.elibrary.ru/lenpkm>
4. Belotserkovskaya N. V., Ivanchenko O. P. Marketing innovations: approaches, types, content and implementation. *Bulletin of the Orenburg State University*, 2014, no. 4 (165), pp. 207-214. (In Russian). URL: <https://www.elibrary.ru/sfnkej>
5. Bogomolova I.P., Krivenko E.I., Stryapchikh E.S. Innovative development as an effective strategy of the organization. *Bulletin of the Voronezh State University of Engineering Technologies*, 2018, vol. 80, no. 1 (75), pp. 398-412. (In Russian). URL: <https://www.elibrary.ru/sfnkej>
6. Volkova A.V., Zakharova L.N. The role of innovation activities in the process of increasing the competitiveness of an enterprise. *Economy and business: theory and practice*, 2021, no. 2-1 (72), pp. 40-43. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/ryduzz>
7. Grinenko S.V. Marketing aspects of innovation activities of organizations. *Modern management technologies*, 2012, no. 12 (24). (In Russian). URL: <https://www.elibrary.ru/pknzth>
8. Grishchenkov AI, Dmitriev EA, Legchenko MA Innovations - definition, classification, stages. *Bulletin of Bryansk State University*, 2014, no. 3, pp. 182-188. (In Russian). URL: <https://www.elibrary.ru/tmesav>
9. Zakharova T.I., Ivanov A.A., Kokoulina O.P. et al. The essence of the concept of customer relationship management (CRM systems) and its role in improving the efficiency of activities in modern organizations. *Innovations and Investments*, 2021, no. 6, pp. 44-51. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/clhebi>
10. Zinovkina A.V., Filimonova E.A. Implementation of CRM programs in the company development system. Proc. "Issues of Economics and Finance: current state of urgent problems". Kaluga, Politop Publ., 2020. pp. 62-68. (In Russian). URL: <https://www.elibrary.ru/vfejfd>
11. Kochnev A. Implementation of CRM systems in business: problems and prospects. *Economics and Management: scientific and practical journal*, 2023, no. 1 (169), pp. 76-82. (In Russian). DOI: [10.34773/EU.2023.1.12](https://doi.org/10.34773/EU.2023.1.12)
12. Kurzykina, A.V. Problems of implementation of an automated information system. *Young scientist*, 2017, no. 4 (138), pp. 164-167. (In Russian). URL: <https://www.elibrary.ru/xschrh>
13. Matyasov A.Yu., Shaburova A.V. Planning innovative activities at the enterprise. *Inter Expo Geo-Siberia*, 2017, no. 1, pp. 17-26. (In Russian). URL: <https://www.elibrary.ru/yuehnl>
14. Mamonova D.G. Marketing aspects of innovative activities of the enterprise. *Problems of Economics and Management*, 2015, no. 6 (46), pp. 83-87. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=23699828>
15. Rafikov A.I. PR promotion of innovative products: theory and practice. *Innovative science*, 2017, vol. 2, no. 4, pp. 183-185. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29063023>
16. Rebrin M.S. CRM system as a tool for improving business efficiency. *Young scientist*, 2023, no. 22 (469), pp. 211-216. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/tzlyib>