

АНАЛИЗ НА ИЗПОЛЗВАНЕТО НА CRM СИСТЕМИ В СЕКТОРА НА СЧЕТОВОДНИТЕ БИЗНЕС УСЛУГИ В БЪЛГАРИЯ

Мария Тошкова

Абстракт: Интензивните на знания бизнес услуги не само създават голям брой високопрофесионални работни места, но и действат като средство, улеснение и източник на иновации за фирмите и икономиката като цяло чрез разпространение на иновативни практики и знания. Понастоящем няма държавен орган, който да следи развитието на счетоводните бизнес услуги в страната. В докладите на НСИ счетоводните бизнес услуги се разглеждат заедно с одиторските услуги. Липсата на единен държавен орган, който да наблюдава развитието на сектора на счетоводните бизнес услуги, налага частни инициативи на организациите в сектора, което доведе до създаването на Асоциацията на счетоводните предприятия в България. Статията представя анализ на използването на CRM системи в сектора на счетоводните бизнес услуги в България.

Ключови думи: CRM системи, счетоводство, бизнес услуги, България

ANALYSIS OF THE USE OF CRM SYSTEMS IN THE ACCOUNTING BUSINESS SERVICES SECTOR IN BULGARIA

Maria Toshkova

Abstract: Knowledge-intensive business services not only create a large number of highly professional jobs, but also act as both a vehicle, facilitator and source of innovation for firms and the economy as a whole through the diffusion of innovative practices and knowledge. Currently, there is no government body that monitors the development of accounting business services in the country. In the NSI reports, accounting business services are considered together with business auditing services. The lack of a single state body to monitor the development of the accounting business services sector necessitates private initiatives by organizations in the sector, which led to the establishment of the Association of Accounting Firms in Bulgaria. The article presents an analysis of the use of CRM systems in accounting business services sector in Bulgaria.

Keywords: CRM systems, accounting, business services, Bulgaria

Въведение

През последните десетилетия в световен мащаб нарастващо значение придобива секторът на бизнес услугите. В началото на 90-те години на XX в. бизнес услугите бележат впечатляващ ръст, изразен в създаване на заетост и добавена стойност. Делът им в икономика достига 15% и над 15 млн. заети [1]. Интензивните на знание бизнес услуги създават не само голям брой високо-професионални работни места, но също изпълняват функции едновременно на носител, фасилитатор и източник на иновации за фирмите и за икономиката като цяло чрез разпространяване на иновативни практики и знание. Към момента в страната няма държавен орган, който да следи развитието на счетоводните бизнес услуги в България. В отчетите на НСИ, счетоводните бизнес услуги се разглеждат заедно с услугите по одит на предприятия. Липсата на единен държавен орган, който да проследява развитието на сектора на счетоводните бизнес услуги, налага предприемане на частни инициативи на организации от сектора, което довежда до създаване на Асоциация на счетоводните къщи в България. Наред с останалите дейности, които извършва Асоциацията, като грижа за авторитета на сектора, проследяване за нелоялна конкуренция и разрешаване на извънсъдебни спорове, тя също набира и обработва информация за сектора на счетоводните бизнес услуги в България. Тази информация позволява ежегодно изготвяне и представяне на анализи за настоящото състояние на счетоводния сектор в България.

Изследване

Според анализираните от Асоциацията данни, пазарът на счетоводни и одиторски услуги в България за 2017 г. е в размер на 554 млн. лв. (65 млн. повече от 2016г). От тях 378 млн. лв. са в София (31 млн. повече от 2016г), което представлява 68,2% от пазара (2,9% увеличение). Голямата четворка има 85,8 млн. лв. приходи (4,6 млн. по-малко от 2016г), което представлява 15,5% от пазара (3% по-малко от 2016г).

След като от общите приходи бъдат извадени тези от независим финансов одит и тези от по-специализирани бизнес консултации (приблизително 59 млн. лв.), пазарът само на счетоводни услуги в България за 2017г. се равнява на 403 млн. лв., от които в София са приблизително 200 млн. лв. (близо 50% от пазара).

По данни на Асоциацията към 31.12.2017г. в България има близо 266 000 компании, регистрирани по ЗДДС, от които над 234 000 са на външно счетоводно обслужване. Към края на 2017 г. в България работят 10 369 счетоводни компании (1189 повече от 2016), в които има над 27 000 души персонал (над 2000 повече от 2016).

Средният размер на Счетоводните къщи в България варира в интервала 2-3 служителя. Малките счетоводни къщи масово нямат практика за планиране на развитието и растежа си. Пазарът е пренаситен с много надомни счетоводители и с такива, които не предоставят качествена услуга, която да подпомага клиента. Конкуренцията основно е между малките счетоводни къщи (за привличане на нови клиенти), като основния фактор и инструмент, с който се случва това е чрез предоставянето на по-ниска цена, но и в повечето случаи е за сметка на качеството на услугата.

Голяма част (над 70%) от фирмите в България, предоставящи услугата „счетоводно обслужване“ нямат разбирането за качествена комплексна услуга, която да подпомага растежа на бизнеса, който обслужват - практиката е по-скоро в извършване на „деловодство“. Един от основните фактори за развитието на всяка една счетоводна практика е развитието на вътрешното знание, опит и експертиза на мениджърския екип, както и на неговите служители, които могат да добавят стойност за своите клиенти и да трупат необходимия опит за професионално развитие и съответно - обхват на предлаганите услуги, както и потенциални качествени клиенти, които да ги използват.

Данните, които събира и анализира ежегодно Асоциацията, показват регулярен ръст на пазара на счетоводни услуги в България, който всяка година варира между 5% и 15%. Причина за това може да се търси в много насоки, само някои от които са навлизане/създаване на нови бизнеси в България, както и осъзнаване на клиентите за ползите от добавената стойност на качествените счетоводни фирми (т.е. клиентите са все по-склонни към изнасяне на счетоводната услуга към външна фирма). Освен растежа в

цифри на оборотите на пазара на счетоводните услуги в България, се наблюдава и друга тенденция - на миграция в рамките на самия пазар (т.е. миграция на клиентите от един към друг доставчик на услуги).

По мнение на експерти от Асоциацията, клиентите на счетоводната услуга в България все още се учат, че услугата Счетоводно обслужване, не е просто нещо „задължително и безсмислено“, а нужният инструмент за успешно развитие на бизнеса.

В големите градове, където през последните години бизнесът има достъп до много повече информация и възможности за развитие, счетоводните къщи са провокирани да вдигнат нивото и представянето си над средното. В тези градове, където има сериозни и развиващи се бизнеси в различни индустрии, големите компании, които до скоро са ползвали вътрешно (или собствено) счетоводство, се преориентират към услугата изнасяне/преминаване към външно счетоводство (аутсорсинг). Това се случва, защото счетоводните къщи подобряват своята експертиза, опознават добри практики и използват инструменти за разширяване на спектъра и обхвата на счетоводната услуга. Аутсорсингът на счетоводната услуга от страна на големи и развиващи се компании се налага и поради малкия ценови диапазон на услугата в сравнение с досегашното вътрешно/собствено счетоводно обслужване.

От гледна точка на регулации/липса на такива и свързани с това проблеми в сектора на счетоводните услуги в България, през последните години се оформя тенденция към партньорства с прилежащи на счетоводния бизнес услуги като: одит, данъчни консултации, правни услуги, реструктуриране на дружества и други. Това окрупняване на предлаганите услуги позволява на счетоводните къщи да привлекат и спечелят малки и микро-клиенти, заради по-ниската цена спрямо конкурентни предложители, но за сметка на по-ниска информираност на потребителя на услугата.

Услугата „счетоводно обслужване“ в перспектива се очаква да претърпи сериозни трансформации поради силното влияние, което оказват технологиите върху сектора на глобално ниво. Дори през последните няколко години използването на иновативен счетоводен софтуер за управлението на счетоводна къща и обслужването на клиенти става фактор, който силно рефлектира върху качеството, обхвата и скоростта на услугата.

В глобален аспект влиянието на технологиите върху индустрията на счетоводството са съществени. Сред факторите, които оказват влияние върху услугата могат да бъдат посочени: уеб базирани системи за размяна на документи, онлайн сървъри за съхранение на документация и цялостна кореспонденция, осчетоводяване на десетки операции по предварително зададени шаблони, изготвяне на десетки справки, мениджърски отчети и доклади за развитието на бизнеса в реално време, обслужване, анализиране и измерване на много повече параметри, касаещи начина, по който оперира даден бизнес и много други. Основното предимство на технологиите и софтуера в счетоводството е че те автоматизират основни процеси, което в момента в глобален мащаб се превръща в основна тенденция за развитието на сектора и влияе върху конкурентоспособността на дадена практика. Технологичните подобрения и възможности на софтуерните продукти в индустрията довеждат до съкращаване на времето в много от процесите, свързани с обслужване на клиентите, които от своя страна увеличават капацитета на максималния обем от работа, което може да извършва един счетоводител, а именно: с много по-малко усилия да обслужва по-голям брой клиенти. Това в бъдеще се очаква да започне да създава все по-значителна разлика между развиващите се счетоводни компании, които се адаптират към предлаганите от средата възможности за привличане и задържане на по-голям брой и по-рентабилни клиенти. По този начин реално се измерва един от аспектите на качеството на услугата, а именно - какъв капацитет от работа за определено време може да извърши един счетоводител (върху посочения процес основно влияние има автоматизирането на дейността и сложността на операциите, които биват замествани от софтуерния продукт). По отношение на технологичните иновации и влиянието им върху сектора на счетоводните бизнес услуги в България, може да се направи извод, че иновациите сигурно навлизат и на българския пазар и страната ни стриктно следва световните и европейски тенденции.

На фона на средните показатели за останалите европейски страни, в България се наблюдава леко изоставане в темповете на развитие на сектора на бизнес услугите, в т.ч.

счетоводните бизнес услуги. По агрегирана стойност в страната ни, ръстът на производителността на интензивните на знание бизнес услуги е значително по-нисък спрямо средното ниво в Европейския съюз и далеч зад този на икономиките с много добре развит сектор на бизнес услугите (Великобритания, Холандия, Швеция). Възможни причини за не доброто представяне на пазара на бизнес услугите в страната ни, могат да бъдат недостатъчна конкуренция по сектори или липса/твърде строгите регулации в някои от тях. Регулациите на пазара в областите на професионалните бизнес услуги често трябва да балансират редица цели, в т.ч. икономически и по този начин имат силата да благоприятстват развитието на даден пазар, но могат и да се превърнат в бариери за развитието му.

Наред с бурното развитие на технологиите в световен мащаб, което засяга пряко много сектори от бизнеса в България, влияние оказват и политическите процеси в глобален мащаб. Членството в съюзи, организации и съвети на Европейско и световно ниво провокира промени в организациите (например Европейските счетоводни стандарти /данъчно законодателство, които се прилагат за всяка страна член на ЕС). В този смисъл, успешното развитие на организациите в сектора на счетоводните бизнес услуги налага те да бъдат устойчиви и адаптивни на промени. Компаниите имат различна „степен на устойчивост/неустойчивост при промени“, а способността им да възприемат промените „осигурява баланс между състоянието на тяхната устойчивост и изменчивост“ [2]. Изменчивостта и устойчивостта по същество са взаимно допълващи се състояния. Умението на компаниите непрекъснато да се приспособяват към динамичните условия на средата ги прави устойчиви. От друга страна, устойчивото поведение на бизнеса, е предпоставка за икономически обосновано управление на промените.

Стремежът за достигане или поддържане на състояние на устойчивост, се свързва с нееднакви реакции на компаниите по отношение на: прилагана управленска и маркетингова концепция, инструментариум за въздействие върху клиентите, позициониране на офертата, пазарен фокус (пазари/сегменти), способност за интегриране и скорост при мобилизиране на маркетинговите ресурси, управление на взаимоотношенията с клиенти и др. Състоянието на устойчивост на компаниите се влияе от множество външни фактори, сред които се открояват: интензитета на конкуренцията (вкл. конкурентни реакции), дерегулацията на пазарите, степента на „отвореност“ на икономиките, технологичното развитие, мотивацията на клиентите и тяхното поведение в процеса на вземане на решение за покупка (вкл. и реакциите след покупката). Позитивното влияние на тези фактори, може да се търси във възможността за разходно ефективно заимстване (чрез наблюдаване, опознаване и прилагане) на водещи световни управленски и маркетингови практики, апробирани на други пазари. Положителен ефект представляват и увеличените възможности, дори малки компании да откриват и усвояват свободни пазарни пространства (сегменти и/или пазарни ниши) [3]. С цел намаляване на възприетия риск и създаване на условия за по- голяма предвидимост (респективно устойчивост), много компании насочват усилията си към управление на взаимоотношенията с клиентите (CRM) и спечелване на тяхната дългосрочна лоялност [4].

В свое изследване Станимиров [5] открива, че 64% от анкетираните управители на счетоводни къщи в България (които участват в цитираното изследване) считат, че в организациите им има създадени необходимите условия за ефективно управление на взаимоотношенията с клиенти. При 62% от тези компании персоналът на всички равнища на управление е убеден, че клиентите са основен фактор за развитието на бизнеса. Почти същият относителен дял (60%) от мениджърите на счетоводните кантори считат, че организационната структура на фирмите позволява ефективно управление на взаимоотношенията им с клиентите.

Ефективното управление на взаимоотношенията с клиентите налага използване на подходяща CRM система, която може да улесни извършването на типични дейности за организациите от сектора на счетоводните бизнес услуги: изготвяне и подаване в Търговския регистър на документи за промяна на вписани обстоятелства; заличаване и ликвидация на ЕТ и търговски дружества; регистрация по ЗДДС, регистрация на офшорни дружества и съдействие на фирми със задължения и други.

Схематично, процесът на функциониране на добре работеща CRM система в счетоводна организация, изглежда по следния начин: клиентът (бързо и посредством удобен за него канал за комуникация) се свързва със счетоводната фирма; информацията за комуникацията/продажбата се запазва и се въвежда в базата данни. Тази информация може да се използва за: създаване на информационни търговски бази данни; оценки и генериране на продажби, услуги, маркетинг или бизнес, за да се добави допълнителна функционалност към тези отдели. На база на събраната информация, мениджърския/маркетингов екип може да проследи динамиката в продажбите на определен продукт; да се отличи тенденция в търсене на определена счетоводна услуга от точно определен тип клиенти и др.; и съответно да се вземат адекватни последващи мерки за това.

CRM системите помагат да се разпознаят и изключат неподходящите клиенти. В своето изследване на счетоводния сектор в България, Станимиров [6] намира връзка между стойността на отделните клиенти и практиките на организациите по анализ и оценка на клиентите. 57% от запитаните управители на счетоводни къщи в България са убедени че е необходимо системно да се прави анализ и оценка на клиентите. В запитаните организации – между 10% и 20% от клиентската база осигурява повече от половината от приходите от продажба на услуги. Респонентите също така са убедени, че системното управление на взаимоотношенията с клиентите им увеличава рентабилността на компанията (98% от представителите на счетоводните компании споделят това становище).

Рентабилността на компаниите се увеличава по линия на: ефективно подобряване на дейностите, чрез насочване на работния процес към перспективите за нов бизнес и съществуващите клиенти за повторен бизнес; намаляване загубата на време и изключването на неподходящите клиенти; намаляване на времето за изготвяне на справките и отчетите за конкретни дейности по продажбите. Комбинирането на CRM управлението на данни с e-mail кампания в едно приложение специфицира фирмените цели и перспективи, като във всеки e-mail се постави лична информация и се отчетат резултатите във фирмения цикъл на продажбите.

Изследване на Станимиров [7] във връзка с практиките на счетоводните фирми в България за управление на бази данни, показва следните резултати - сравнително нисък дял на счетоводните кантори (63%) извършват систематизация и анализ на данни, които им позволява да управляват взаимоотношенията със своите клиенти. Тук е важно да бъде отбелязано че, наличието на бази данни, само по себе си не означава че въз основа на тези данни се извършват анализи. Важно е и каква точно информация се съдържа в базите данни и как тя се ползва от организациите. 52% от участвалите в изследването счетоводни кантори твърдят, че нямат CRM софтуер.

Заклучение.

От изложеното до момента, може да бъде обобщено, че средата, в която оперират организациите от сектора на счетоводните бизнес услуги в България, е относително стабилна. На пазара на счетоводни услуги се наблюдава възходящ тренд на оборотите от дейността, който е възможно да продължи в същата посока, поради разликата с европейските и световни нива на развитие на сектора на бизнес услугите, което предполага наличие на поле за развитие в България. От гледна точка на микросредата за развитие на фирмите в насока ползване на системи за управление на взаимоотношенията с клиентите, също се наблюдават възможности за развитие. От една страна, технологиите се усъвършенстват паралелно с каналите за общуване с клиенти, намиране на информация за/от тях, както и обработване и използване на тази информация с цел увеличаване печалбите на организациите. От друга страна почти всички представители на счетоводния бизнес са убедени в необходимостта от управление на взаимоотношенията с клиенти, но все още е сравнително нисък дялът на счетоводните кантори, които извършват систематизация и анализ на данни за управление на взаимоотношенията с клиентите.

Литература

- [1]. Балтова, С., Съвременните измерения на бизнес услугите. Десета Международна Научна Конференция "Съвременният модел на ЕС и мястото на България в него", МВБУ, 2013. С., с.260-274
- [2]. Узунова, Ю. Стратегическата маркетингова активност. Устойчивост на фирмите при промени. Изд. къща „Стено“. Варна. 2004. с. 27.
- [3]. Станимиров, Е., Управление на взаимоотношенията с клиенти- фактор за устойчивост на компаниите. Управление и устойчиво развитие 2012, бр.4
- [4]. Станимиров, Е., Управление на взаимоотношенията с клиенти- фактор за устойчивост на компаниите. Управление и устойчиво развитие 2012, бр.4
- [5]. Станимиров Е., „Процес на управление на взаимоотношенията с клиенти при предлагане на Бизнес услуги“, 2014г, 106стр.
- [6]. Станимиров Е., „Процес на управление на взаимоотношенията с клиенти при предлагане на Бизнес услуги“, 2014г, с. 111- 116.
- [7]. Станимиров Е., „Процес на управление на взаимоотношенията с клиенти при предлагане на Бизнес услуги“, 2014г, с. 128.