РАЗДЕЛ XIX. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Бабенко А.А., Бабенко А.А., Васильева Н.В., Ушакова С.Н.

Об анализе современных информационных CRM-систем
для деятельности предприятия

ФГАОУ ВО НИУ «БелГУ»
(Россия, Белгород)

doi:10.18411/lj-04-2018-129

idsp: 000001:lj-04-2018-129

Аннотация

В данной статье проводится анализ современных информационных CRM-систем для деятельности предприятий. Данный анализ проводится по следующим критериям: гибкость системы, хранение журнала поставщиков, статистика и анализ ходового товара предприятия, оповещения о приближении запасов к критическому запасу, простота и удобство интерфейса. Рейтингование проводилось по баллам от 0 до 3.

Ключевые слова: CRM, автоматизированная система, сравнение систем, функционал CRM-систем

В настоящее время существует ряд CRM-систем для управления бизнес-процессами предприятия, однако их функционал не всегда подходит для определенной специализации предприятия. Целью данного исследования является анализ CRM – приложений для деятельности предприятий. CRM-приложение является комплексом коммуникационных средств реализующее: сбор, хранение, передачу и переработку данных об объекте.

Возможно, выделить несколько требований к CRM-системам: полный функциональный набор, система должна работать на различных системных платформах, обеспечивать безопасность данных, экономическую эффективность – приумножать прибыль предприятия.

При внедрении CRM системы в организацию: сокращается повтор действий продаж за счет автоматизации рутинных операций, снижение издержек продаж, маркетинга и послепродажной поддержки, повышается деятельность рекламной компании организации.

В ходе использования CRM системы вся информация, хранимая в базе данных, становится структурированной и систематизированной, что оптимизирует работу предприятия в целом. Стоит отметить тот факт, что деятельность любого без исключения предприятия зависит от удовлетворенности клиента, в результате чего необходимым является разработка и внедрение CRM-системы.

CRM-системы представляют собой управление следующими операциями, совершаемыми предприятием:

- совершение закупок;
- совершение продаж;
- управление клиентской базы;
- автоматизация прайс-листа;
- автоматизация учета товара на складе;
- автоматизация документооборота предприятия;
- хранение информации о сотрудниках предприятия;
- контроль доступа к хранимой информации в базе данных предприятия;
- хранение истории взаимоотношений с поставщиками и клиентами.

Функционал CRM-систем показана на рис.1.4.

Рис.1.4. Функционал CRM-систем

В настоящее время существует ряд программных продуктов, обеспечивающих автоматизацию рутинной работы предприятия:

- «Битрикс 24» - корпоративная облачная система. Внедрение данного программного обеспечения позволяет ставить задачи для решения, получать задания от руководителя, общаться с другими сотрудниками организации. Средства облачной системы помогают контролировать выполнение поставленных бизнес-процессов в каждом отделе компании. В «Битрикс 24» удобно работать с проектами различного вида, в результате чего оптимизируется связь между базой данных и календарем. Однако существует ряд недостатков данной системы, к таким можно отнести сложный интерфейс, который требует дополнительного обучения, и отсутствие его;
- «SAP CRM» - CRM-система, созданная для выполнения комплексных задач, автоматизации процессов ППР, а так же для оптимизации стратегической деятельности организации, и удержания конкурентоспособности предприятия. Особенностью данной системы является гибкость интерфейса;
- «StorVerkCRM» - это программный продукт, разработанный для управления базой клиентов организации. Преимуществами данной системы являются: безопасность доступа к базе данных, ограничение прав доступа, многосторонний анализ деятельности, встроенный почтовый файлообменник;
- «AsoftCRM» - программный продукт, созданный для управления такими модулями как: продажи, закупки, управление маркетинговой деятельностью. Своим интерфейсом «AsoftCRM» напоминает календарь, который открывается сразу же после входа в систему с запланированными делами и задачами. Информационная система обладает интуитивным и простым интерфейсом.

Сравнение вышеописанных CRM-систем проводилось на основе следующего функционала:

- гибкость системы (изменение работоспособности системы при значительном расширении организации);
- хранение журнала поставщиков (хранение истории поставок каждого поставщика на протяжении указанного срока);
- статистика и анализ ходового товара предприятия (проведение статистики и анализа продаж товара, а также наиболее ходовых видов товара),
- оповещения о приближении запасов к критичному запасу (оповещение о приближении товара к критическому запасу),
- простота и удобство интерфейса.

Рейтингование систем производилось по следующим баллам:

- 0 баллов (функция не предусмотрена);
- 1 балл (функция слабо реализована);
- 2 балла (функция реализована, но не в полной мере);
- -3 балла (функция хорошо реализована, и выполняет поставленные перед ней функции).

В таблице 1.1 показано сравнение CRM – систем.

Таблица 1.1

Сравнение CRM- систем

	«Битрикс 24»	«SAPCRM»	«StorVerkCRM»	«AsoftCRM»
Гибкость системы	3	2	1	3
Хранение журнала поставщиков	2	3	3	2
Статистика и анализ ходового товара предприятия	1	2	1	0
Оповещения о приближении запасов к критичному запасу	1	1	2	2
Простота и удобство интерфейса	3	3	2	3
Итого	10	9	9	10

В настоящее время для автоматизации бизнес-процессов предприятия используются системы взаимодействия с поставщиками, которые иначе называются CRM-системами. Данные системы имеют широкое применение в силу автоматизации рутинной работы сотрудников любых предприятий.

Проведя анализ всех CRM-систем по вышеуказанным критериям, были выявлены две «наилучшие» системы для деятельности предприятия, а именно «Битрикс 24» и «Asoft CRM». Однако относительно функции «Статистика и анализ ходового товара предприятия» наилучшей является система «Битрикс 24», а относительно функции «Оповещение о приближении запасов к кричиному запасу» наилучшей системой является «AsoftCRM».

1. Гаврилов, Л.П. Управление предприятием: финансовые и инвестиционные решения: Учебное пособие / Л.П. Гаврилов. - Москва: Финансы и статистика, 2012. - 184 с
2. Одинцов, Б.Е. Информационные системы управления эффективностью бизнеса: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Б.Е. Одинцов. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 206 с.
3. Рязанцев, А. Как внедрить CRM - систему за 50 дней / А. Рязанцев. - Москва: Питер, 2017. - 188 с.