

Уваров Вячеслав Родионович,
магистрант II курса направления «Бизнес-информатика» ФГБОУ ВО
«Кубанский государственный университет», г. Краснодар
vyacheslav.uvarov@gmail.com



Бикмашев Гинияэт Абдулхайвич,
кандидат экономических наук, доцент кафедры теоретической экономики
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», г. Краснодар
bga@econ.kubsu.ru

Сравнительный анализ специализированного программного обеспечения и программ широкой направленности (на примере пакета Microsoft Office)

Аннотация. Статья посвящена вопросам выбора программного обеспечения для ежедневного использования в функционировании малого предприятия. Исследуются программы, призванные помогать в построении отчетности об эффективности предприятия, а также в поддержании высокого уровня сервиса клиентов.

Ключевые слова: малый бизнес, малое предприятие, Microsoft Office, CRM-система.

Раздел: (4) экономика.

Малый бизнес – это бизнес, осуществляемый в малых формах, опирающийся на предпринимательскую деятельность, совокупность мелких и средних частных предпринимателей, прямо не входящих ни в одно монополистическое предприятие [9].

Малое предпринимательство – с одной стороны специфический сектор экономики, создающий материальные блага при минимальном привлечении материальных, энергетических, природных ресурсов и максимальном использовании человеческого капитала, а с другой – сфера самореализации и самообеспечения граждан, в пределах прав, предоставленных Конституцией Российской Федерации (ст. 34 Конституции Российской Федерации).

В ряде научных работ под малым бизнесом понимается деятельность, осуществляемая небольшой группой лиц, или предприятие, управляемое одним собственником. Как правило, наиболее общими критериями, на основе которых предприятия относятся к малому бизнесу, является:

- 1) численность персонала;
- 2) размер уставного капитала;
- 3) величина активов;
- 4) объем оборота (прибыли, дохода) [3].

Под субъектами малого бизнеса понимаются коммерческие организации, в уставном капитале которых доля участия РФ, субъектов РФ, общественных и религиозных организаций, благотворительных и иных фондов не превышает 25%, доля, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого бизнеса, не превышает 25 %, и в которых средняя численность работников за отчетный период не превышает предельных уровней. Среднее количество сотрудников малого предприятия, в зависимости от отрасли, указано на рис. 1 [6].

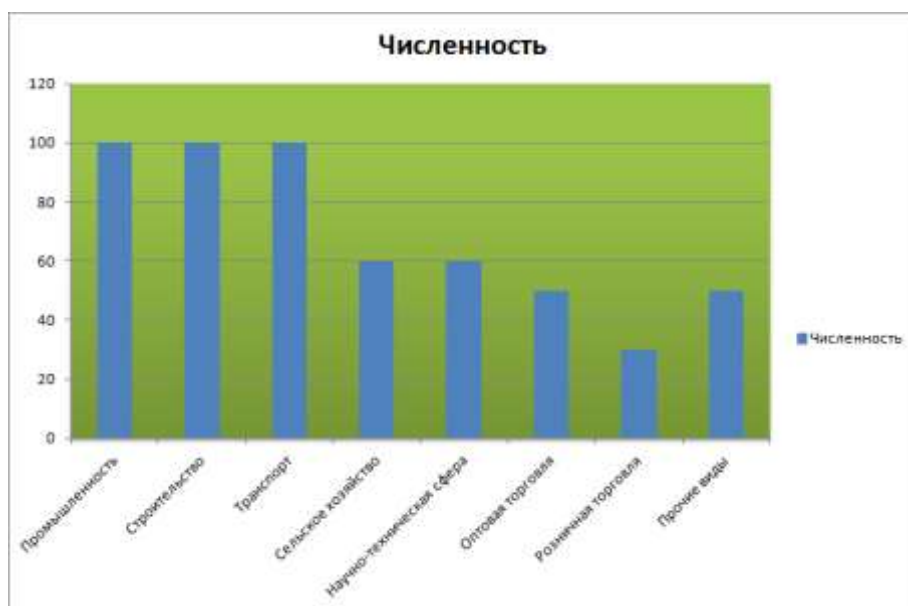


Рис. 1. Распределение предприятий малого бизнеса по отраслям

Малый бизнес – это структурный элемент в рыночной экономике, но он является основой развивающую рыночную среду. Именно с мелкотоварного предпринимательства развивается экономическая рыночная структура. После чего в оптимальном соотношении формируется средний и крупный бизнесы, плодотворно взаимодействуя со всеми элементами целостной экономической структуры. Но сектор малого бизнеса должен количественно преобладать в рыночной структуре, так как он выполняет функцию элементарного родителя рыночной среды. Малый бизнес является самостоятельной хозяйственной деятельностью малых предприятий любой формы собственности. Практически он поддерживает любую сферу деятельности: производственная, коммерческая, страховая и др. Поэтому малому бизнесу принадлежит место ведущего сектора экономики для обеспечения надежности, эффективности и гибкости внутреннего рынка страны. Важно отметить, от внутреннего рынка, в первую очередь зависит социально-экономическое развитие каждого государства. Таким образом, без малого бизнеса общество и экономика не имеют возможности не только развиваться, но и существовать [5].

В качестве положительных характеристик малого бизнеса, можно выделить следующие:

1. Малый бизнес приносит неоценимый вклад в формирования естественной конкурентной среды. Конкуренция отражает соревнование между хозяйственными элементами, что стимулирует производство и качество товаров в которых нуждается потребитель. Самостоятельная деятельность не имеет существенной возможности на общее правила и условия обращения товаров на рынке. Это значит, что малый бизнес по своей природе является антимонопольным. Плюс ко всему, в условиях постоянной сбалансированной конкуренции сектор малого бизнеса постоянно внедряет инновационные технологии, таким образом, подрывая монополизм крупного и среднего бизнеса.

2. Высокая реакция на изменение конъюнктур рынка придает рыночной экономике гибкость и устойчивость. Данное преимущество особенно востребовано в современных рыночных условиях при индивидуализации и дифференциации потребительского спроса, активного роста номенклатуры товаров и услуг.

3. Малый бизнес способствует ускоренному внедрению технических и коммерческих инновационных идей. Все участники данного сектора работают в условиях пусть добросовестной, но конкуренции на свой риск с целью получения прибыли. Данный вид соревнования участников играет роль проводника Научного Технического Прогресса. Например, в малом бизнесе США создается более 50% научно технических разработок и инноваций.

4. Малым бизнесом поглощается большая часть избыточной рабочей силы. Кроме создания большого количества рабочих мест малым бизнесом активно решается проблема занятости граждан при циклических спадах и структурных сдвигах экономического состояния государства. Притом качество занятости на высоком уровне, так как малый бизнес является фундаментальной основой формирования среднего класса [5].

Поддержка функционирования малого бизнеса зачастую требует подключения программного обеспечения. В связи с этим, перед рядом малых предприятий встает вопрос: использовать программное обеспечение «широкого профиля» (например, Microsoft Office 365) или купить ПО, выполняющие аналогичные функции, но требующее меньшего уровня квалификации сотрудников для использования его (так называемые CRM-системы).

Малый бизнес – бизнес, опирающийся на предпринимательскую деятельность небольших фирм, малых предприятий, формально не входящих в объединения. В принятом в 2007 г. Государственной думой федеральном законе «О развитии малого и среднего предпринимательства» говорится, что микропредприятием признается компания, численность сотрудников которой не более 15 чел., малым предприятием – компания, в штате которой от 16 до 100 сотрудников. Организация, которая насчитывает штат от 101 до 250 чел., относится уже к представителям среднего бизнеса. Отсюда следует, что малый бизнес составляют компании, занимающиеся предпринимательством, со штатом сотрудников до 100 чел. Это может быть как индивидуальный предприниматель, так и юридическое лицо [5].

Основной функцией программного обеспечения из пакета Microsoft Office является обслуживание баз данных, содержащих информацию разного рода: клиентские базы, перечни предоставляемых товаров и услуг, информация по торговым точкам или офисам и так далее. Характерными особенностями этого пакета являются следующие:

- число пользователей в организации находится в пределах от 5 до 50;
- в организации совсем нет ИТ-специалистов или есть лишь несколько работающих по совместительству сотрудников, владеющих основами ИТ;
- большинство пользователей обладают низкой квалификацией в области ИТ;
- в организации есть как удаленные, так и мобильные пользователи.

С помощью данного продукта предприятиям предлагается решение множества задач:

- обмениваться сообщениями посредством электронной почты;
- отправлять и получать факсы в электронном виде;
- работать совместно, используя веб-узлы подразделений;
- пользоваться услугами надежного и масштабируемого хранилища;
- осуществлять удаленный доступ к данным бизнес-приложениям, не находясь на своем рабочем месте;

– осуществлять мобильный доступ к данным и бизнес-приложениям, находящимся в вычислительной среде организации, через безопасное беспроводное подключение [3].

На удовлетворение потребностей малого бизнеса в программном обеспечении, дающим возможность анализировать экономические показатели эффективности, направлены два продукта из указанного пакета:

– Microsoft Excel – программа для работы с электронными таблицами, созданная корпорацией Microsoft. Она предоставляет возможности экономико-статистических расчетов, графические инструменты и прочее. Microsoft Excel входит в состав Microsoft Office и на сегодняшний день Excel является одним из наиболее популярных приложений в мире.

– Microsoft Access – реляционная система управления базами данных (СУБД) корпорации Microsoft. Входит в состав пакета Microsoft Office. Имеет широкий спектр функций, включая связанные запросы, связь с внешними таблицами и базами данных.

Использование Microsoft Excel дает возможность работать с данными в визуальном режиме, т. е. работа с данными прозрачна для пользователя – каждая написанная пользователем формула возвращает немедленный результат. Таким образом, пользователь способен оценить полученный результат и, если необходимо, сразу же внести корректировки до того, как формула была применена для всего массива данных. Минусом является ограничение по количеству строк данных (65 536 строк в более ранних версиях, 1 048 576 строк в последних).

Microsoft Access не дает возможности сразу же увидеть результат вычислений на примере одной строки – необходимо выполнить запрос с фиксированными условиями, заданными пользователем. В случае наличия таблицы с несколькими сотнями тысяч строк, а также, ресурсозатратными вычислениями, выполнение запроса, а также, получение результата вычислений, может растянуться вплоть до нескольких минут. Минусы обоих программных продуктов нивелируются за счет реализованного механизма экспорта-импорта данных. Перенос расчетов из Excel в Access и обратно осуществляется в несколько «кликов» мышью.

Несмотря на то, что указанные программные продукты являются наиболее известными, у них есть конкуренты со сходным функционалом. Функции СУБД реализованы также в следующих продуктах:

– FileMaker – кросс-платформенное приложение для разработки реляционных баз данных FileMakerInc., ранее Claris (Кларис), дочерней компании AppleInc. Приложение объединяет ядро базы данных с графическим пользовательским интерфейсом (GUI) и функциями безопасности, что позволяет пользователям изменять базу данных с помощью перетаскивания новых элементов в макеты, экраны, или формы. FileMakerPro и FileMakerProAdvanced включают возможности создания сценариев и различные встроенные функции для автоматизации общих задач и сложных вычислений. Кроме этого, приложения включают в себя многочисленные шаги для навигации, условного исполнения шагов сценария, редактирования записей и других коммунальных услуг. FileMakerProAdvanced дополнительно предоставляет отладчик сценариев, который позволяет разработчику установить точки останова, контролировать значения данных и пошагово отрабатывать весь сценарий. На текущий момент, подходящей СУБД для малых предприятий обозначается FilemakerPro 14 – интуитивно-понятный и простой инструмент для создания собственных информационных баз с поддержкой предоставления информации в Интернете, который способен генерировать отчетность в обычном и расширенном режимах, и может быть интегрирован с другими системами баз данных.

– OracleApplicationExpress (APEX) – свободная среда быстрой разработки прикладного программного обеспечения на основе СУБД OracleDatabase, целиком реализованная как веб-приложение. Все элементы, возникающие в цикле разработки приложения в данной среде хранятся непосредственно в инфраструктуре OracleDatabase, тем самым обеспечивается совместная работа разработчиков и контроль версий без использования файлов и дополнительных систем управления версиями. Программный продукт не пользуется большой популярностью в силу сложности работы с ним не обученному пользователю. Отличительной особенностью является возможность миграции данных в Microsoft Access.

Указанным программам «широкой» направленности, способным решать любые типовые задачи по запросу пользователя, противопоставляются специализированные CRM-системы.

CRM-система – это комплекс инструментов по работе с информацией, включающий в себя клиентскую базу, а также ряд методик, позволяющих систематизировать данные и регламентировать порядок работы с ними [6].

Актуальность внедрения CRM-системы в компании обусловлена необходимостью привлечения и удержания клиентов, поскольку компании работают на конкурентном рынке.

В качестве плюсов от внедрения CRM-систем можно выделить следующие:

- увеличение эффективности работы сотрудников на малом предприятии – при помощи систем, ускоряются процессы транзакций информации от предприятия к клиентам, сокращаются издержки сотрудников на обработку информации;
- сокращение потерь клиентов малого предприятия – повышается уровень сервиса покупателей, снижается процент «брошенных» клиентов, про которых забыли из-за бумажной волокиты;
- сокращение издержек владельца малого предприятия на получение информации, необходимой для принятия управленческих решений;
- нивелирование издержек предприятия при замене сотрудника с его умениями и навыками – результат его работы в любой момент времени доступен владельцу, а также, сотруднику, приступившему к выполнению функционала замененного сотрудника.

При этом использование систем связано с некоторыми недостатками:

- вероятность технического сбоя (свойственно не только при использовании CRM-систем, но и любых технических средств контроля за экономической деятельностью);
- отсутствие возможности провести детализированный анализ в разрезе, интересующем владельца малого предприятия. Этот фактор играет роль в случае необходимости построения сложной отчетности с использованием многих показателей;
- чрезмерная функциональность. Как бы ни парадоксально это выглядело, чрезмерная функциональность системы может заставить организацию понести дополнительные убытки в силу того, что, как правило, за каждую дополнительную опцию, покупатель должен переплачивать компании-разработчику. При этом, руководствуясь поговоркой «скупой платит дважды», предприниматель может внедрить на свое предприятие систему, обладающую функциями, которыми сотрудники малого предприятия окажутся не обучены, а также, чьи логику могут не до конца осознавать [5].

Разработано много CRM-систем различными организациями. Самой распространенной из них является AmoCRM.

– АмоCRM – CRM-система, способная хранить и отображать информацию о событиях (аналог электронного ежедневника), сделки (вид соглашения, а также, название контрагента), контакт (контактная информация по контрагентам), задачи, аналитика. Наиболее интересной является вкладка «Аналитика», так как именно она и заменяет стандартные средства СУБД. Инструмент автоматически строит отчетность с круговыми и линейными диаграммами. Таким образом, владелец малого предприятия в любой момент времени может построить отчетность в интересующем разрезе, не прибегая к помощи специально обученных аналитиков.

Следует также отметить, что в последнее время возникла тенденция «импорто-замещения» и в области внедрения CRM- систем. Таким образом, можно отметить, что многие российские компании готовы заменить дорогостоящие зарубежные системы более дешевыми отечественными. С падением курса рубля, внедрение и обслуживание ПО резко возросло в цене, поэтому в вопросе выбора поставщика CRM-системы заказчики все чаще в последнее время склоняются в пользу отечественного производителя. К числу отечественных производителей CRM-систем можно отнести 1С-Рарус и Первый БИТ (также связан с компанией «1С»).

Кроме того, активным трендом последнего времени является социализация CRM. В частности, в ряде систем реализуется интеграция с соцсетями, а также, оказание услуг посредством платформ взаимодействия, построенных на принципах социальных сетей. Используются новейшие технологии поиска для выявления имеющейся в социальных сетях информации о потенциальном клиенте [6].

Специализированные системы построения отчетности необходимы управленцам на малых предприятиях для экономии ресурсов организации на анализ статистической информации по текущей деятельности. В случае, если у малого предприятия недостаточно ресурсов для создания специализированного аппарата аналитиков для создания отчетности, внедрение CRM-систем будет лучшим решением, так как единоразовое внедрение такого ПО в долгосрочном периоде будет менее затратным, чем обучение персонала работе стандартным средствам пакета Microsoft Office или его заменителей.

Для сравнения, организация обучения 1 сотрудника одной программе из пакета Microsoft Office, может стоить организации от 5 тыс. до 35 тыс. рублей, в то время, как для использования CRM-системы амоCRM требуется ежегодная оплата за пользователей (от 500 до 1,5 тыс. за 1 сотрудника), а также, за использование пакета услуг – от 5 тыс. до 15 тыс. рублей. Однако, финальное принятие решения по организации информационной системы, а также, системы построения отчетности, всегда остается за его владельцами, на которое могут влиять посторонние факторы [1; 7].

При этом, использование CRM снижает вероятность появления множества рисков, таких, как риск потери наиболее прибыльных клиентов, риск ухудшения отношений с клиентами, риск невыполнения планов по доходам и рентабельности, риск потери конкурентоспособности, риск снижения производительности, риск снижения мотивации персонала и риск недонесения потребительской ценности до клиентов. Информация о клиентах, сотрудниках и партнерах компании могут быть быстро найдены в общей базе данных, отсортированы, сгруппированы с разными целями для разных задач. Это сильно помогает продавцам, отделу маркетинга и другим службам в работе с различными срезами клиентской базы.

CRM-системы дают возможность снизить издержки на каждом из этапов заключения сделок:

- выявление потребности, оценка потенциала клиента;
- презентация;

- согласование объема, условий работ, коммерческого предложения;
- согласование договора;
- продажа.

Также CRM-система подсказывает, какие тренды необходимо использовать в будущем, позволяет оценить уровень продаж, выделить ключевые сегменты рынка и ключевые продукты компании. Накопленные знания позволяют малому бизнесу принимать максимально правильные решения.

В условиях усиливающейся конкуренции компании вынуждены максимально фокусироваться на потребностях клиентов. Более того, чтобы быть лидером в жесткой борьбе за клиента, сегодня необходимо брать в расчет индивидуальные вкусы и предпочтения каждого отдельного клиента. CRM-система содержит мощные инструменты для организации персонализированных продаж, благодаря которым предприятия могут своевременно предлагать нужные продукты именно тем клиентам, которые в них заинтересованы. Развитые методы анализа и поиска данных поддерживают эффективные продажи сопутствующих и альтернативных товаров, позволяют предоставлять покупателю список наиболее популярных товаров, что способствует росту спонтанных покупок и повышает рентабельность каждого взаимодействия с клиентом. Компания получает возможность формировать персональные предложения продуктов для каждого посетителя Web-сайта, причем не только для уже существующих, но и для новых клиентов. Эти функции помогают повысить уровень обслуживания клиентов и, следовательно, укрепить их лояльность, благодаря максимально персонализированным контактам [6].

Таким образом, используя потенциал CRM-технологий возможно осуществлять планирование, запуск и мониторинг всех маркетинговых кампаний в рамках замкнутого цикла маркетинга по всем каналам взаимодействия с клиентом, а функции управления бизнес-процессами не позволяют реализовать неэффективные маркетинговые инициативы. В результате обеспечивается новый уровень научного подхода к планированию, выполнению и оценке маркетинговых программ, который позволяет минимизировать неэффективные маркетинговые воздействия.

Также статистика показывает, что основная часть предприятий, использующих CRM-системы – малые предприятия (рис. 2).

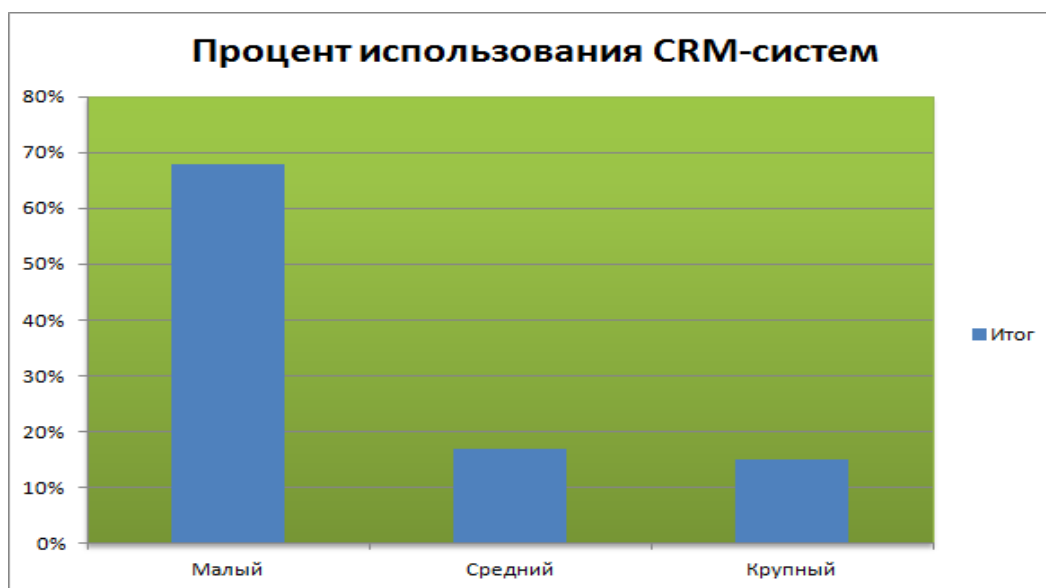


Рис. 2. Использование CRM-систем на предприятиях разного размера

Учитывая все вышесказанное, внедрение CRM-систем является наиболее рациональным выбором малого предприятия при своем функционировании, так как решение содержит в себе функционал, который в большей или меньшей степени удовлетворит потребности малого бизнеса в любой сфере экономической деятельности.

Ссылки на источники

1. Портал Tritec-education.ru. – URL: <http://tritec-education.ru/order-category/?slug=05-ms-office>.
2. Портал Fb.ru. – URL: <http://fb.ru/article/50997/luchshie-sistemyi-upravleniya-bazami-dannyih-dlya-malogo-biznesa>.
3. Портал AmoCRM.ru. – URL: <http://www.amocrm.ru/buy/>.
4. Саяпин А. В., Молостова В. А. Информационные технологии в малом бизнесе // Социально-экономические явления и процессы. – 2013. – № 5 (051).
5. Электронный словарь Dic.academic.ru. – URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/business/1484>.
6. Шкаева А. Д., Боровая Е. С. Российский рынок автоматизированных систем управления взаимоотношениями с клиентами // Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития. – 2015. – № 25.
7. Терский А.А. Роль CRM-систем в повышении эффективности деятельности организации // Символ науки. – 2015. – № 5.

Vyacheslav Uvarov,

student of II course of the direction "Business Informatics", Kuban State University, Krasnodar

vyacheslav.uvarov@gmail.com

Giniyaet Bikmashev,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of theoretical Economics, Kuban State University, Krasnodar

bga@econ.kubsu.ru

Comparative analysis of specialized software and programs wide focus (for example, Microsoft Office)

Abstract. The article is devoted to the choice of software for daily use in the operation of a small business. Examines the programs designed to help in building reporting efficiency, as well as in maintaining a high level of customer service.

Key words: small business, small enterprise, Microsoft Office, CRM-system.

Рекомендовано к публикации:

*Горевым П. М., кандидатом педагогических наук,
главным редактором журнала «Концепт»*

Поступила в редакцию <i>Received</i>	23.05.16	Получена положительная рецензия <i>Received a positive review</i>	24.05.16
Принята к публикации <i>Accepted for publication</i>	24.05.16	Опубликована <i>Published</i>	25.05.16



www.e-koncept.ru

© Концепт, научно-методический электронный журнал, 2016

© Уваров В. Р., Бикмашев Г. А., 2016