



ВОПРОСЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ SAAS И STANDALONE ДЛЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ CRM СИСТЕМ В СЕТИ

Дадабаева Р.А.,

**к.э.н., доц. кафедры «Цифровая экономика
и информационные технологии» Ташкентского государственного
экономического университета**

Родионов А.А.,

**магистрант 2 курса группы МЮ-21 кафедры
«Цифровая экономика и информационные технологии» Ташкентского
государственного экономического университета,**

Аннотация: Настоящая статья раскрывает особенности использования технологий Saas и Standalone для функционирования CRM систем в сети. Рассматриваются основные характеристики этих технологий, их достоинства и недостатки. Приводится сравнительный анализ технологий и даются рекомендации по их использованию CRM-системами с целью повышения эффективности их функционирования.

Аннотация: Ушбу мақола тармоқдаги CRM тизимларининг ишлаши учун Saas ва Standalone технологияларидан фойдаланиш хусусиятларини очиб беради. Ушбу технологияларнинг асосий хусусиятлари, уларнинг афзалликлари ва камчиликлари кўриб чиқилади. Технологияларнинг қиёсий таҳлили берилган ва CRM-тизимларида ишлаш самарадорлигини ошириш учун улардан фойдаланиш бўйича тавсиялар берилган.

Annotation: This article reveals the features of using Saas and Standalone technologies for the functioning of CRM systems in the network. The main characteristics of these technologies, their advantages and disadvantages are considered. A comparative analysis of technologies is given and recommendations are given on their use by CRM-systems in order to increase the efficiency of their functioning.

Ключевые слова: CRM-системы, взаимоотношения с клиентами, безопасность данных, социальные сети, Saas- технология, Standalone- технология.

Калит сўзлар: CRM тизимлари, мижозлар билан муносабатлар, маълумотлар хавфсизлиги, ижтимоий тармоқлар, CRM тузилиши, Saas-технологияси, Standalone- технологияси.

Key words: CRM systems, customer relationship, data security, social networks, CRM structure, Saas- technology, Standalone-technology.

Введение

В современных условиях во всем мире происходит усиление конкуренции, вследствие чего руководители предприятий находятся в постоянном поиске новых инструментов управления предприятиями и рычагов повышения конкурентоспособности.

Высокая степень интенсивности конкуренции и большое число зарубежных производителей на рынке особенно остро ставят вопросы совершенствования деятельности предприятий и разработки стратегических направлений развития. Это, в свою очередь, приводит к необходимости постоянного отслеживания конкурентной позиции предприятия в рыночной среде, которая определяет стратегию поведения на рынке

Такие фразы, как «покупатель всегда прав» или «покупатель на первом месте» становятся особенно актуальными в настоящее время. И сегодня они звучат более справедливо, чем когда-либо. Потому что конкурентное преимущество основанное на инновационном новом продукте или услуге, часто бывает очень недолговечным и компании понимают, что их самой устойчивой

конкурентной силой могут быть отношения со своими клиентами.

Некоторые говорят, что основа конкуренции сместилась с того, кто продает больше продуктов и услуг к

тем, кто «владеет» покупателем и тем для кого отношение к покупателю представляет собой самый ценный актив компании.

Какого рода информация необходима компании для создания и поддержания прочных, долговременных отношения с клиентами? Для этого, прежде всего, точно нужно знать кто ваши клиенты, как с ними связаться, дорого ли стоит продавать им и обслуживать и какие товары и услуги им интересны, а также сколько денег они тратят на вашу компанию.

Кроме всего прочего необходимо, чтобы ваши хорошие клиенты чувствовали себя особенными. Для этих целей и была создана Система управления взаимоотношениями с клиентами - CRM система.

Система управления взаимоотношениями с клиентами охватывает и интегрирует данные о клиентах со всей организации, консолидирует данные, анализирует их, а затем передает результаты различным системам и тем заинтересованным лицам, кто имеет контакт в работе с клиентами по всему предприятию. Поэтому, с учетом все возрастающей глобальной конкуренции вопросы внедрения информационных технологий и систем такого класса представляют особую важность.

Президент Республики Узбекистан Ш.М. Мирзиёев, выступая 8 июня 2020 года на совещании по вопросам сферы информационных технологий,

отметил: «Следует создавать еще более широкие возможности для этой сферы, необходимую инфраструктуру, стимулировать специалистов, воспитывать способную молодежь». [1]. Это говорит о том, что актуальность использования информационных технологий и систем в различных сферах продолжает расти день ото дня.

В цифровом мире в настоящее время данные о клиентах поступают потоками через целевые страницы, веб-формы, ответы на электронные письма, специализированные платформы и пр. каналы. Каждый из каналов поступления данных обладает своими достоинствами и недостатками, которые необходимо учитывать при внедрении CRM систем в каждом конкретном случае. Поэтому для эффективной работы системы вопрос выбора канала приобретает особую важность.

Анализ литературы по теме исследования

Вопросам использования CRM систем в бизнесе посвящен цикл работ зарубежных и отечественных авторов. Например, в работе Пола Гринберга [2] проведен многогранный анализ того, почему рационально и рентабельно использовать CRM системы в бизнесе, а также уделено внимание тому, какие технологии при этом применяются. В работах российских ученых также, отмечается важность данных систем для бизнеса. К их числу можно отнести таких авторов, как А.И. Долженко, С.А. Глушенко [3], В. П. Косарев [4], В. М. Бондаренко [5], В.В. Трофимов и многих

других. Однако вопрос канала сбора данных о клиентах и рекомендаций по их выбору еще не достаточно изучен.

Методология исследования

Методология исследования при написании настоящей статьи основывается на применении методов сравнительного и системного анализа, а также выборки (статистической), экономических моделей и методов, работе с информационными ресурсами WEB-сайтов и прочих цифровых технологий.

Технологии работы CRM систем в сети посредством веб-форм

Среди имеющихся готовых решений для работы CRM систем в интернете особое место занимают следующие два вида, созданные на базе различных программных продуктов и известные как Saas и Standalone технологии.

Saas (software as a service — программное обеспечение как услуга) система обслуживания в облаке (служба «в облаке»). В этой технологии программное обеспечение и все данные находятся на сервере поставщика услуг. Это значит, что пользователь не может изменить данные в коде продукта. При выборе Saas технологии компания приобретает online доступ к системе через браузер, программу-клиент либо мобильное приложение. Для функционирования данной технологии необходимо иметь постоянный доступ в интернет, так как в случае его отсутствия перестают выполняться бизнес-процессы компании. Все процессы осуществляются на стороне поставщика услуг (Рис. 1).

Главные достоинства технологии SaaS состоят в том, что нет необходимости приобретать собственный сервер для размещения программного обеспечения и не нужно самостоятельно заниматься обновлениями. Все это является задачами поставщика услуг, а компания пользуется готовым решением. Таким образом отпадает необходимость в мощном компьютере и заказывать индивидуальную разработку, иметь специалистов для его обслуживания достаточно только сконфигурировать предложенный поставщиками сайт под свои задачи и ежемесячно (или ежегодно) вносить абонентскую плату.

Standalone технология (коробочное решение) имеет ряд отличий от предыдущей технологии (Рис.1). В этом случае пользователь приобретает уже готовое решение, которое устанавливает на свой сервер. В зависимости от возможностей выбранной CRM системы можно дорабатывать систему под свои потребности, менять программный код в рамках доступа, предоставленного разработчиком.

Сравнительный анализ характеристик, представленных двух технологий показывает, что особенностью SaaS технологии является работа с облачными системами, что позволяет компании обойтись без приобретения собственного сервера.

Рис. 1. Характеристики SaaS и Standalone технологий

При этом, стоит отметить, что несмотря на то, что код продукта является неизменяемым, в структуру программной части SaaS технологии встроены достаточно обширные для адаптации возможности, что позволяет большинству компаний работать именно с данной технологией. Также, эта система сравнительно недорогая и простая в использовании. Однако, для ее полноценной и постоянной работы требуется высокоскоростное соединение с интернетом.

Приведенные выше характеристики двух технологий позволяют сделать выводы относительно их выбора для функционирования в рамках CRM системы.

Говоря про технологию Standalone, следует отметить, что она является крайне удобной для тех ком-



и редактирования кода, например, для того, чтобы запрограммировать какие-либо расчеты или показатели, необходимые для анализа деятельности компаний. Как показывает практика Standalone технология используется в основном крупными и узкоспециализированными компаниями, которые способны окупить приобретение собственного сервера, его поддержку и ведение. Технология дает возможность адаптации под собственные нужды компании и при этом этой технологии не требуется постоянный доступ к интернету.

В случае выбора SaaS технологии для работы с CRM системой для компании появляется возможность существенно пересмотреть ранее применяемые методы работы и перейти к новому шагу в развитии отношений с клиентами. Владелец системы имеет возможность обеспечить право доступа сотрудникам, интегрировать внешние системы (получать данные с интернет-сайта, фиксировать входящие звонки и так далее), изменить оформление сайта при помощи конструктора, настроить отчеты. Такой вид технологии целесообразно применять компаниям, выпускающим продукцию с часто меняющимися, в соответствии с желаниями клиентов, характеристиками. Так как в этом случае своевременное получение необходимой информации позволит компании выпускать продукцию пользующуюся спросом и следовательно конкурентоспособную.

Вид технологии Standalone также может быть внедрен в компанию при

соответствующей подготовительной работе. Так, например, должен быть установлен не сторонний, а собственный сервер, который требует дополнительных затрат. Однако, настраиваемость параметров и изменяемость программного кода является немалым преимуществом перед другими видами технологий. При этой технологии возможен пакетный режим обработки, что является вполне возможным для компаний с низкой динамикой изменений характеристик выпускаемой продукции.

Заключение и рекомендации

Компании с эффективными системами управления взаимоотношениями с клиентами реализуют многие преимущества, такие как повышение удовлетворенности клиентов, снижение затрат на привлечение и удержание клиентов.

Информация, полученная из CRM систем увеличивает доходы от продаж за счет наиболее прибыльных клиентов и сегментов для целевого маркетинга и перекрестных продаж. Сокращается отток клиентов, поскольку компании лучше реагируют на потребности клиентов.

Для эффективной работы этих систем необходимо верно и рационально избрать подходящую технологию их работы в сети. Среди имеющихся готовых решений для внедрения CRM систем особое место занимают следующие два вида: SaaS и Standalone технологии. Эффективное их использование является важным аспектом функционирования системы.

Использование в бизнесе CRM систем с правильно подобранной технологией помогает повысить эффективность деятельности компании. Следует отметить, что если компания намерена работать с облачными системами и при этом нет необходимости тонкой и персонализированной настройки кода, а также имеется возможность постоянного подключения к сети интернет, то лучшим вариантом является SaaS технология. На сегодняшний день данная технология является более адаптивной и представляет широкий выбор показателей для изменения параметров под нужды компании. Однако, если компании требуется изменить код под собственные требования, а также есть возможность применить более дорогостоящую технологию по сравнению с облачной – создание собственного сервера (а также его поддержку и ведение), то компании лучше прибегнуть к Standalone технологии. Однако, затраты на нее будут более существенными.

И наиболее важным при выборе технологии является динамика связи с клиентами, так как именно от этого зависит конкурентоспособность выпускаемой продукции или услуги.

Использованная литература

1. uza.uz.ru – официальный сайт Национального информационного агентства Узбекистана.

2. Гринберг, Пол. CRM со скоростью света = CRM at the speed of light. – СПб.: Символ Плюс, 2007. – 528 с.

3. Долженко А.И., Шполянская И.Ю., Глушенко С.А. Анализ качества

микро - сервисов информационной системы на базе нечеткой модели // Прикладная информатика. 2019. №5 (83).

4. Косарев В.П. Современные информационные технологии и услуги в коммерческом банке. Учеб. пособие. - М.: Изд-во Финансового университета при Президенте Российской Федерации, 2018.

5. Бондаренко В.М. Структурная модернизация в условиях формирования цифровой экономики // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2018. Т.9. №2. С.172-191.

6. Couldry N., Powell A. Big data from the bottom up //Big Data & Society. – 2014. – Т. 1. – №. 2. – С. 277.

7. Desouza K. C., Jacob B. Big data in the public sector: Lessons for practitioners and scholars //Administration & Society. – 2017. – Т. 49. – №. 7. – С. 1043-1064.

8. Frith J. Big data, technical communication, and the smart city //Journal of Business and Technical Communication. – 2017. – Т. 31. – №. 2. – С. 168-187.

9. Алимов Р.Х., Хайитматов У.Т. Перспективы развития цифровой экономики в Узбекистане // Сборник статей и тезисов докладов Республиканской научно-практической конференции «Рақамли иқтисодий ривожланиш тенденцияларини моделлаштириш ва замонавий ахборот-коммуникация технологияларини қўллаш истиқболлари». 2 декабрь 2019 г. – Ташкент, 2019. С. 12-20.



10. Бегалов Б.А. Сколько нас? Определит перепись // Народное слово. 24 апреля 2020 г. (Электронный ресурс <http://xs.uz/ru/site/newspaper>).

11. Бекмуратов Т.Ф., Дадабаева Р.А. Основные направления перспективных исследований по развитию цифровой экономики. Труды международной научно-технической конференции «Актуальные проблемы оптимизации и автоматизации технологических процессов и производств». Карши, Узбекистан. 17-18 ноября 2017г. Карши. - 2017. С. 172-178.

12. Гулямов С.С., Шермухамедов А.Т. Development of digital economy in the republic of Uzbekistan. VII Uzbek-Indonesian Joint international scientific and practical conference “Innovative development of entrepreneurship” with the framework of scientific and research project” Global economic challenges and national economy development” Tashkent-Jakarta, 2018, September.-180-183 p.

13. Жуковская И.Е. Цифровые платформы – основной инструмент трансформации информационных процессов в условиях формирования цифровой экономики. // Bizness-Эксперт. 2020. №6 (150). С.101-106.