

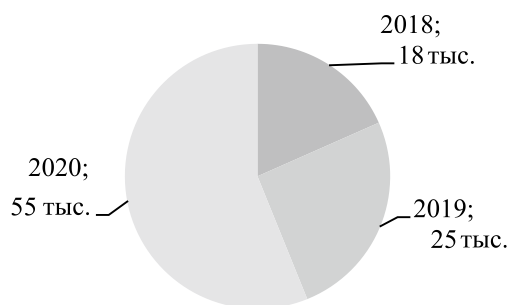


Рис. 3. Рост резюме

По нашему мнению, в будущем на российском рынке ИБ будет сохранена положительная динамика. Во всей сфере ИБ наблюдается рост показателей, поскольку компании инвестируют в решения, обеспечивающие удаленную работу и защиту от кибератак. Сейчас идет активный процесс внедрения современных цифровых технологий в различные сферы жизни, и за счет этого растет киберпреступность, а вместе с ней и спрос на обеспечение безопасности. Но нельзя говорить о полном отсутствии негативных трендов на рынке ИБ. Основная проблема в том, что после снятия ограничений есть вероятность появления определенных изменений в бизнесе ИБ-компаний. Например, переведенные проекты в онлайн не будут восстановлены в офлайн режим, также очевидно, что возникнут проблемы с персоналом.

Таким образом, опираясь на мнения экспертов и анализ, проведенный в процессе исследования, можно сделать вывод, что рынок информационной безопасности переживает пандемию легче других отраслей экономики. Хотя ИБ-компании и столкнулись с определенными сложностями, но большинство смогли адаптироваться к ограничениям, вызванным коронавирусом, и оперативно перешли на удаленный режим работы. Компаниям в сфере ИБ удалось избежать значительного сокращения выручки и бюджета, за счет того, что спрос на предлагаемые ими продукты и товары остался востребованным, и даже вырос. Именно поэтому перспективы и тенденции большинства опрошенных экспертов были положительными. Мы предполагаем, что в будущем рынок ИБ будет продолжать расти, но не исключаем того, что, возможно, в 2021-ом году появятся новые сложности. Но будем надеяться, что и с ними российский рынок информационной безопасности успешно справится и будет продолжать свое активное развитие.

Список литературы

1. ANTI-MALWARE [Электронный ресурс]. – информационно-аналитический центр. – Режим доступа: <https://www.anti-malware.ru/news/2020-11-02-111332/34111> (дата обращения: 16.11.2020).
2. CNEWS [Электронный ресурс]. – электронный журнал. – Режим доступа: https://www.cnews.ru/reviews/security2020/articles/obzor_rynka_ib (дата обращения: 16.11.2020).

3. POZITIVE TECHNOLOGIES [Электронный ресурс]. – официальный сайт. – Режим доступа: <https://www.ptsecurity.com/ru-ru/> (дата обращения: 24.11.2020).

4. INFOWATCH [Электронный ресурс]. – официальный сайт. – Режим доступа: <https://www.infowatch.ru/> (дата обращения: 24.11.2020).

5. Tadviser [Электронный ресурс]. – официальный сайт. – Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/> (дата обращения: 13.11.2020).

6. Group IB [Электронный ресурс]. – официальный сайт. – Режим доступа: <https://www.group-ib.ru/> (дата обращения: 14.11.2020).

ОСНОВНЫЕ ИТ-СЕРВИСЫ CRM СИСТЕМ

Брагина В.Ю.

Южно-Российский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Ростов-на-Дону, e-mail: vikspiksi21@mail.ru

В данной статье рассматриваются CRM системы, раскрываются их функции, преимущества и недостатки. Исследуются основные возможности внедрения данных систем в производство. Раскрывается сущность нескольких отечественных CRM систем, а так же сравниваются наиболее популярные из них. Так же приводятся примеры успешных компаний, которые внедрились в свою деятельность данные системы. А согласно, опыту экспертов выделены условия, при соблюдении которых возможно эффективное внедрение CRM.

Современные предприятия начинают применять новые технологии для увеличения конкурентоспособности и прибыли.

Целями внедрения CRM в современном обществе являются: увеличение доли повторных продаж, углубленный мониторинг работы менеджеров, разрешение проблемных вопросов в продажах, существенное снижение показателя потерь клиентов, повышение стоимости «среднего чека» сделки, расширение клиентской базы, внедрение эффективной системы мотивации продавцов, снижение переменных и постоянных расходов, усиление координации бизнеса между подразделениями, уменьшение количества рекламаций. Впервые эта тема была затронута в 1987 году, выйдя на информационный рынок под авторством Пэта Саливана и Майка Мюнейла, разработавших первую CRM-систему [7]. Лидерами по внедрению CRM систем являются финансовая отрасль и торговая (рис. 1).

Выделяют три основных вида CRM систем: операционная, аналитическая, коллаборационная. CRM – системы выполняют следующие функции: учёт клиентов; управление продажами; построение различных статистических отчетов; оценивание эффективности маркетинговых каналов; прогнозирование продаж и планирование изменений [3]. По результатам исследования Института проблем предпринимательства, CRM-системы используют 14% рос-

сийских компаний и почти 64% никогда о них не слышали [5].

Введение информационных технологий для управления отношениями с клиентами помогает повысить продуктивность компании и эффективность попыток увеличения прибыли и налаживания контакта с клиентами, путём эффективного обращения с ними через системы CRM.

Эффективность систем CRM довольно таки высока, например, система компании Microsoft Corp. достигла хороших результатов: с помощью системы CRM она смогла достичь экономии времени персонала на 3 часа в неделю на одного человека и снижения совокупной стоимости владения CRM-системой на 128 млн долл. в год.

Основные процессы осуществления повышения продуктивности это: сегментация клиентской базы; перекрёстные продажи; анализирование статистических данных; повышение качества обслуживания клиентов; стремительное повышение уровня подготовки и мотивация сотрудников компании; автоматизация процессов, поддерживающих ведение бизнеса [6].

В процессе исследования были выделены условия, при соблюдении которых возможно эффективное внедрение CRM: формулирование задач, выполняющееся системой; правильный выбор поставщика; глубокое освоение функционала CRM сотрудниками компании. Четкое и своевременное применение этих условий, может при-

вести к высокой эффективности CRM системы при взаимодействии с клиентской базой.

Высокая эффективность внедрения систем CRM в частности зависит от построения процессов системы и их автоматизации. Снижение расходов и улучшение процессов бизнеса будет результатом автоматизации продаж и техническом внедрении. Эффективность так же можно поднять, если подходить к процессу внедрения системы комплексно и с учётом всех возможных трудностей.

Иногда при внедрении рассматриваемых систем возникают следующие проблемы: нежелание персонала компании работать в системе, неправильная работа с сервисом руководства компании, отсутствие инструкций и правил по работе с ней, отсутствие автоматизации рутинных процессов из-за неправильных настроек, хранение клиентской базы в разрозненном состоянии, отсутствие понимания целей внедрения CRM и других подобных.

Компании, которые уже внедрили CRM системы, показывают хорошие результаты, а также подают пример другим фирмам, отмечают эксперты. По их мнению, ярким примером является компания Билайн, которая ввела в использование систему CRM уже достаточно давно и это показатель того, что применение данной системы является эффективным и последствия этого достаточно благоприятны для реализации поставленных компанией задач.

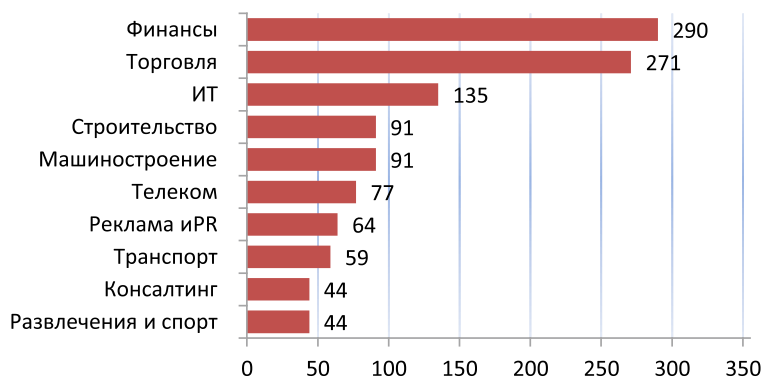


Рис. 1. Отрасли-лидеры по числу внедрений CRM систем

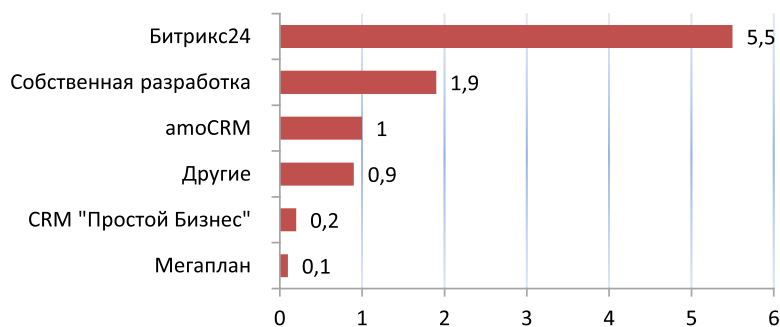


Рис. 2. Популярные CRM

На сегодняшний день уже существует множество различных цифровых систем. Одними из самых популярных, которые входят в десятку лучших, являются следующие системы CRM: Битрикс 24, Worksection, Pipedrive, Клиентская база, amoCRM, KeepinCRM, Salesforce, Zoho CRM, SugarCRM, Apptivo. Наиболее популярные CRM системы на рынке (рис. 2).

Отечественные системы Bitrix 24 CRM и Mango CRM имеют множество преимуществ, такие как: стабильная цена, поддержка пользователей и вся документация систем представлены на русском языке, так же как системы российские, специалиста поддержки проще найти, чем для иностранной системы. Преимуществами системы Битрикс 24 считаются: быстрое реагирование на команды, позволяет персоналу компании планировать своё время за счёт выделения задач разными цветами, прикрепление к каждому проекту все необходимое для выполнения его информации.

Так же отечественная система АМО CRM имеет множество плюсов. Среди них можно выделить следующие: она работает со сделками, занимается телефонией, выполняет свои задачи, рассылает информацию по Email, настраивает интерфейс, имеет возможность доработки, а также является общественной системой. Эта система является несложной в отличие от Битрикс. Недостатками этой системы являются следующие: в системе отсутствуют бизнес-процессы, нет разделения на лиды и контакты и качество документации среднее, а не высокое.

Безусловно, решение о том какую систему применять работе индивидуально для каждого, но оно может зависеть от таких факторов как: специфика вашего бизнеса, размер компании, бюджета, технических возможностей офиса и предпочтений относительно дизайна интерфейса.

По мнению экспертов CRM-системы будут и дальше внедряться в разные отрасли и заполнять информационную среду многих компаний. Они считают, что в будущем цифровые технологии заполнят весь мир и человечество придёт к успеху в информационной среде.

Исходя, из всего вышесказанного можно сделать вывод, что CRM системы довольно распространены в России и за рубежом. Внедрение и правильное применение данных систем, является преимуществом по многим факторам и помощью в организации деятельности многих компаний, руководители которых пришли к решению своих проблем внедрением CRM-системы.

Список литературы

1. 12 лучших CRM-систем [Электронный ресурс]: URL: <https://otzyvmarketing.ru/articles/12-luchshih-crm-sistem/> (Дата обращения: 09.11.2020).

2. Основные функции CRM [Электронный ресурс]: URL: <https://integrus.ru/blog/funkcii-crm.html> (Дата обращения: 08.11.2020).

3. Средства обнаружения попыток несанкционированного доступа [Электронный ресурс]: URL: <https://www.cnews.ru/reviews/free/oldcom/security/ids.shtml> (Дата обращения: 08.11.2020).

4. Три главных CRM: обзор основных функций <https://vc.ru/services/149688-tri-glavnyh-crm-obzor-osnovnyh-funkcii> (Дата обращения: 08.11.2020).

5. Управление взаимоотношениями с клиентами (CRM): возможности автоматизированных систем и программные продукты [Электронный ресурс]: URL: <https://www.kp.ru/guide/upravlenie-vzaimootnoshenijami-s-klientami.html> (Дата обращения: 08.11.2020).

6. CRM-системы: история развития ПО, которым сегодня пользуются миллиарды [Электронный ресурс]: URL: https://market.cnews.ru/research/crm_2020/2020-09-22_crm-sistemy_istoriya_razvitiya (Дата обращения: 08.11.2020).

7. IDS: классификация [Электронный ресурс]: URL: <https://xakep.ru/2002/12/04/17052/> (Дата обращения: 08.11.2020).

ПРИМЕНЕНИЕ СИСТЕМ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Вербицкая В.В., Соколова Я.А.

*Южно-Российский институт управления РАНХиГС,
Ростов-на-Дону, e-mail: leraverbitskaya@mail.ru*

В данной статье дается анализ применения систем искусственного интеллекта в различных областях управления предприятием. Рассмотрены положительные стороны, а также проблемы внедрения искусственного интеллекта на российском рынке. Приведены перспективы развития данного направления в ближайшие 5 лет с учетом возрастающей роли автоматизированного производства и организации работы предприятием в его развитии и повышении конкурентоспособности.

Искусственный интеллект становится важнейшим элементом управления во многих организациях, в полной мере изменяя функции и механизмы управленческой деятельности, систему принятия решений, взаимоотношения и коммуникацию на предприятии. Поэтому вопрос о внедрении систем искусственного интеллекта в управление является особо актуальным в наше время.

Приоритетные направления использования и развития ИИ-технологий определяются на основе национальных целей и стратегических задач, определенных Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года».

Также, Указом Президента РФ от 10 октября 2019 г. № 490 «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации» определяется, что использование технологий искусственного интеллекта в экономике повышает эффективность процессов планирования, прогнозирования и принятия управленческих решений.

Сегодня, в эпоху цифровой экономики, многие компании трансформируются, растут, выходят на новые рынки. Для того, чтобы темпы