

определенном продукте. При анализе же физиологических данных, какими служат движение взгляда, его интенсивность, субъективизма можно избежать. Камеры четко фиксируют показатели и выдают объективную информацию о том, какие фрагменты страницы привлекли внимание пользователя [1].

Одной из целей исследования с использованием технологии EyeTracking является эффективность рекламы. Для рекламодателя довольно важно знать, как хорошо справляется его реклама с поставленными задачами. А это можно узнать при помощи объективного исследования [2].

EyeTracker состоит из компьютера с инфракрасной камерой и специального программного обеспечения, позволяющего анализировать поведение человеческого глаза, строить «карты внимания» и другие виды отчетов.

Для использования технологии вне лаборатории (в полевых условиях) используется мобильная система, которая состоит из прибора, вмонтированного в кейс и портативного ноутбука в заплечном рюкзаке.

С помощью мобильной системы можно проводить практические любые исследования поведения людей в реальной жизни [3].

Применение новой современной технологии EyeTracking является в настоящее время самой четкой и точной оценкой всех достоинств и недостатков интернет-сайтов и рекламных блоков. С помощью этой технологии можно исследовать и анализировать поведение и распределение внимания при проведении маркетинговых исследований, в экономике, в искусстве, эргономике и любых визуальных задачах в любой обстановке и для любых респондентов.

Библиографические ссылки

1. URL: <http://articlehost.ru/article/a-3549.html>.
2. URL: <http://www.eyetracking.com.ua/rus/>
3. URL: <http://www.itrack.ru/research/eyetracking/>

© Тарасова Я. Р., 2012

УДК 004.457

С. А. Тихонова

Научный руководитель – Ю. Ю. Вайтекунас
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РАЗРАБОТКА CRM ДЛЯ ООО «АНСАМБЛЬ»

Рассмотрена проблема организации данных о клиентах ООО «Ансамбль» и использовании имеющейся информации при взаимодействии с клиентами. Приведены возможные пути решения выявленной проблемы и возможные информационные средства. Так же обозначена актуальность поставленной проблемы и ее решения. Сформулирована возможная дальнейшая область применения разработанного пути решения.

Объектом исследования стало Общество с ограниченной ответственностью «Ансамбль», занимающееся образовательной деятельностью в форме разовых лекций, стажировок, семинаров и других видов обучения, не сопровождающихся итоговой аттестацией и выдачей документов об образовании и (или) квалификации. ООО «Ансамбль» является юридическим лицом, ведет самостоятельный баланс, имеет обособленное имущество, личные банковские счета, открытые на территории РФ, для учета средств, полученных от предпринимательской и иной, приносящей доход деятельности [1].

В ходе исследования были изучены основные процессы и информационные потоки в Обществе. В результате выявлен ряд актуальных проблем. Наиболее важной проблемой является хранение и обработка информации, необходимой для деятельности Общества. Каждый менеджер ведет собственный учет клиентов, используя средства MS Office Excel. В соответствии с темой предстоящего семинара производится выборка потенциальных участников. Контакт с организациями осуществляется посредством телефонной и электронной связи, а так же почтовых адресов, находящихся в открытом доступе. Вся работа менеджером минимально автоматизирована, что приводит к большим временным затратам при поиске и обработке необходимой информации. В результате плохо организованного ме-

тода хранения данных (много информации хранится на бумажных носителях), данные могут быть утеряны либо искажены, что еще больше увеличивает временные затраты на обработку и поиск. Все это ведет к недостаточно качественной работе с клиентами и, как следствие, к снижению прибыли.

Для устранения выявленной проблемы принято решение разрабатывать автоматизированную систему для работы с информацией о клиентах. В ходе подготовки к разработке рассматривались различные программные средства, такие как:

1. Quick Sales 2 занимается сбором и обработкой информации о клиентах и рынке в единой базе данных, расчетом вознаграждений сотрудников по результатам продаж, определяет процедуры и правила работы менеджеров по продажам, предоставляет менеджерам по продажам автоматизированные рабочие места, контролирует работу менеджеров по продажам и анализирует сбытовую деятельность компании, оценивает результативность маркетинга, защищает клиентскую базу [2].

2. Terrasoft предоставляет комплекс инструментов, позволяющих систематизировать данные о клиентской базе, процессы привлечения клиентов и развития отношений с ними, совершенствования системы продаж, маркетинга и обслуживания, повышения удовлетворенности клиентов [3].

3. SugarCRM – коммерческая CRM система с открытыми исходными кодами, разработанная и распространяемая одноименной компанией. Система устанавливается на сервере. Доступ к системе осуществляется через веб-браузер или любое мобильное устройство с поддержкой просмотра web-страниц [4].

4. A-Number CRM. Данная система предоставляет много возможностей для ведения эффективного управления взаимоотношениями с клиентами, такие как: создание неограниченного числа баз данных и быстрого переключения между ними; мощные механизмы поиска сведений о клиентах; возможность объединения карточек в уникальные для каждого пользователя структуры, позволяющие создавать разветвленные схемы отношений между ними; создание всех необходимых отчетов, самими пользователями, с помощью мастера SQL запросов; создание фильтров самими пользователями, с помощью мастера SQL запросов, и т. д. [5].

В ходе анализа всех программных средств, а также в соответствии с поставленными руководством организации условиями (решение должно быть минимально затратным, но при этом максимально простым и удобным в использовании) было решено разрабатывать собственную CRM, так как лишь в данном случае возможно максимально снизить денежные затраты, связанные с приобретением и внедрением системы, имеющей необходимый и достаточный функционал.

Актуальность данной разработки заключается в том, что она значительно облегчает работу менедже-

ра, при этом являясь довольно простой для понимания неподкованным пользователем, что позволяет сократить срок обучения персонала, следовательно, срок внедрения.

Разработанный продукт в дальнейшем можно модифицировать и внедрять на коммерческой основе в организации, работающие с клиентскими базами, которые предпочитают использовать программные средства с несложной и понятной структурой.

Библиографические ссылки

1. *Постановление о лицензировании, Решение № 8, Выписка из Единого государственного реестра юр. лиц, Устав ООО «Ансамбль»*
2. *Quick Sales 2 – современная система организации и управления продажами [Электронный ресурс]. URL: Режим доступа: <http://www.crm-product.ru/content/quick-sales-2>.*
3. *Terrasoft CRM [Электронный ресурс]. URL: <http://www.terrasoft.ru/products/CRM/crm>.*
4. *SugarCRM [Электронный ресурс]. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/SugarCRM>.*
5. *A-Number CRM [Электронный ресурс]. URL: http://a-number.com/index.php?option=com_content&task=view&id=21.*

© Тихонова С. А., 2012

УДК 004.475

Е. О. Тихончук

Научный руководитель – Е. Л. Вайтекунене
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РАЗРАБОТКА МЕХАНИЗМА ПОЛУЧЕНИЯ АНАЛИТИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ НА ПЛАТФОРМЕ «1С:ПРЕДПРИЯТИЕ 8.2»

Рассмотрена проблема получения аналитической отчетности в Федеральном казенное учреждение «Управление финансового обеспечения Министерства обороны Российской Федерации по Красноярскому краю, Республике Тыва и Республике Хакасия». Приведены возможные пути решения выявленной проблемы и возможные информационные платформы. Также обозначена актуальность поставленной проблемы и ее решения. Сформулирована возможная дальнейшая область применения разработанного пути решения.

Объектом исследования стало Федеральное казенное учреждение «Управление финансового обеспечения Министерства обороны Российской Федерации по Красноярскому краю, Республике Тыва и Республике Хакасия» (далее – Учреждение, ФБУ УФО МО РФ). Данное Учреждение занимается осуществлением операций по расходованию бюджетных средств в соответствии с бюджетной сметой, утвержденной в установленном порядке главным распорядителем (распорядителем) бюджетных средств [1].

В ходе исследования изучены основные бизнес процессы Учреждения. В результате выявлен ряд актуальных для предприятия проблем. Наиболее важной проблемой является сбор аналитической информации о бухгалтерской деятельности Учрежде-

ния. На данную работу тратится большое количество времени работников, которое они могут занять другими не менее важными делами. Данная проблема обостряется к концу каждого квартала, полугодия и года, так как возникает необходимость сдавать аналитическую отчетность в вышестоящие органы. В следствии неавтоматизированности данных процессов работники вынуждены оставаться сверхурочно, что плохо как для самих работников, так и для работодателя, так как это влечет за собой дополнительные расходы на оплату труда работников сверх положенной нормы.

Для устранения выявленной проблемы принято решение разрабатывать автоматизированную систему построения необходимой отчетности. В ходе подго-