

УДК 339.13.017

***ТРАНСФОРМАЦИЯ РЫНКА CRM-СИСТЕМ В УСЛОВИЯХ  
ЦИФРОВИЗАЦИИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ***

***Натробина О.В.***

*кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики,  
Калужский государственный университет им. К.Э.Циолковского,  
Калуга, Россия*

***Пашечко В.Ю.***

*студент,  
Калужский государственный университет им. К.Э.Циолковского,  
Калуга, Россия*

**Аннотация**

В статье рассмотрены основные аспекты и преимущества внедрения CRM-систем в российской практике ведения бизнеса. Выявлены основные тенденции развития российского рынка CRM-систем и дана их характеристика. Систематизированы результаты экспертных оценок состояния и динамики российского рынка CRM-систем, выявлены ключевые факторы его функционирования и обоснованы выводы о перспективах и направлениях развития с учетом потребительских предпочтений.

**Ключевые слова:** CRM-система, клиентоориентированность, цифровая экономика, конкурентное преимущество.

***TRANSFORMATION OF THE MARKET OF CRM-SYSTEMS IN THE  
PERIOD OF DIGITALIZATION OF THE RUSSIAN ECONOMY***

***Natrobina O.V.***

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the  
Department of Economics,  
Kaluga State University named after K.E. Tsiolkovsky*

*Kaluga, Russia*

***Pashechko V.Y.***

*Student,*

*Kaluga State University named after K.E. Tsiolkovsky*

*Kaluga, Russia*

### **Annotation**

The article discusses the main aspects and advantages of implementing CRM systems in Russian business practice. The main trends in the development of the Russian market of CRM-systems are revealed and their characteristics are given. The results of expert assessments of the state and dynamics of the Russian market of CRM systems are systematized, the key factors of its functioning are identified, and conclusions about the prospects and directions of development are substantiated, taking into account consumer preferences.

**Keywords:** CRM system, customer focus, digital economy, competitive advantage.

Современная экономика с каждым годом становится все более динамичной. Стремительные изменения происходят практически во всех направлениях ведения бизнеса. основными факторами таких изменений становятся экономические кризисы, усиливающиеся политические противостояния между странами, пандемия коронавируса и многие другие современные вызовы. В этой ситуации важна способность быстро адаптироваться к изменениям окружающей среды и оптимизировать свой бизнес, подстраиваясь под нужды клиентов.

Стремительное развитие цифровых технологий позволяет задействовать все возможные инструменты для эффективного взаимодействия бизнеса и их клиентов.

В настоящее время все больше руководителей понимают, что только одной оптимизацией рабочих процессов невозможно получить конкурентные

Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ ЭЛ № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

преимущества на рынке. основной задачей бизнеса становится персональная работа с клиентами, что невозможно без единой информационной системы, работающей с базами данных.

В этом контексте особое внимание компании уделяют CRM-системам, позволяющим эффективно управлять взаимоотношениями с клиентами.

Безусловным преимуществом современных CRM является их ориентация на формирование и развитие долгосрочных отношений с клиентами на основе учета их индивидуальных предпочтений и потребностей, повышение лояльности, что позволяет бизнесу обеспечивать доходность в стратегическом аспекте. [1]

Актуальность и значимость применения CRM-систем обусловила активный рост соответствующего рыночного сегмента.

Спрос на системы CRM в России продолжает расти. Причем такие решения интересны любым компаниям – от малого бизнеса до крупных холдингов. Потенциал рынка – большой, что подтверждается различными исследованиями.

Одним из толчков развития современного рынка стала пандемия коронавируса. Расширилась дифференциация предлагаемых продуктов: облачные и on-premise CRM-решения от ведущих производителей, нишевые продукты и заказные решения.

К примеру, опрос порядка 1,6 тыс. компаний, проведенный «Институтом проблем предпринимательства» (ИПП) и J'son & Partners Consulting, показал, что больше половины организаций пока еще даже не слышали о системах взаимоотношения с клиентами. В J&P отмечают, что уровень проникновения CRM в России по итогам 2019 года составляет порядка 17%, тогда как в Европе этот показатель достигает 35-40%, а в США – больше 90%.

Пандемия в 2020 году отразилась на работе большинства компаний – изменились текущие приоритеты и планы на будущее. Эксперты называют её

основным драйвером для многих рынков, в том числе и для рынка CRM-систем.

Если 5 лет назад CRM внедряли для ведения базы клиентов и сделок, то сегодня с ее помощью контролируют все бизнес-процессы в компании.

В кризисные времена покупатели становятся особо требовательными к уровню клиентского сервиса. Чтобы не потерять клиента, который невольно оказался дома, компании стали внедрять CRM. Даже те компании, у которых CRM уже работала, стали дорабатывать свои системы с акцентом на e-commerce и дистанционные продажи.

Сейчас вендоры активно предлагают облачные решения, но крупный бизнес в России видит в этом большие риски, особенно в финансовом и телеком секторах.

Многие компании, которые внедрились CRM 5-10 лет назад, столкнулись с серьезной дилеммой — поддерживать старые ИТ-решения, которые слабо отвечают современным потребностям бизнеса или переходить на облака.

Происходит интенсивный переход на решения, включающие интеграции с «личными кабинетами» и мобильными приложениями, системами отслеживания доставки и логистическими сервисами, ML-моделями для прогнозирования продаж, управления оттоком, cross- и up-sell. В целом же, многие проекты по внедрению CRM стали представлять автоматизацию сквозных процессов от закупок до продаж.

На тенденции российского рынка CRM-систем в 2020-2021 годах повлияла как общая ситуация в стране и мире – прежде всего, пандемия коронавируса, так и актуальные технологии, которые сейчас находятся на пике популярности.

Сейчас на рынке представлено огромное количество различных готовых CRM-систем.

На рис. 1 показаны доли CRM-систем на российском рынке за период с 2005 года. [5]

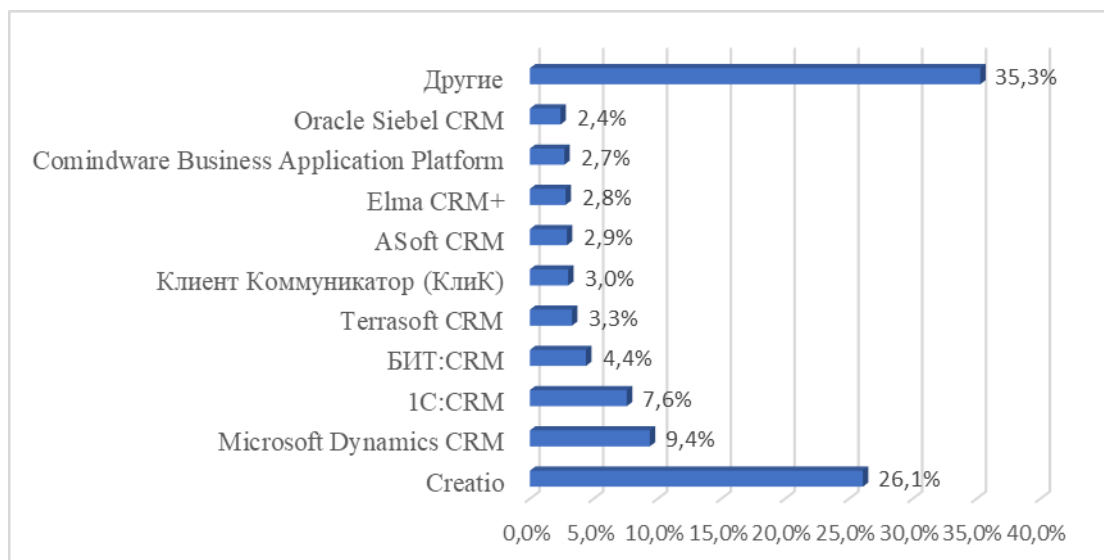


Рисунок 1 - Доли CRM-систем на российском рынке

Если рассматривать не отдельные CRM-системы, а все продукты вендоров, относящихся к этой категории решений, то по такому обобщенному показателю в лидерах будут компании «Тerrasoft», Microsoft и 1С-Рарус.

Компании, продвигающие и поставляющие CRM-системы под собственным брендом представлены на рис. 2

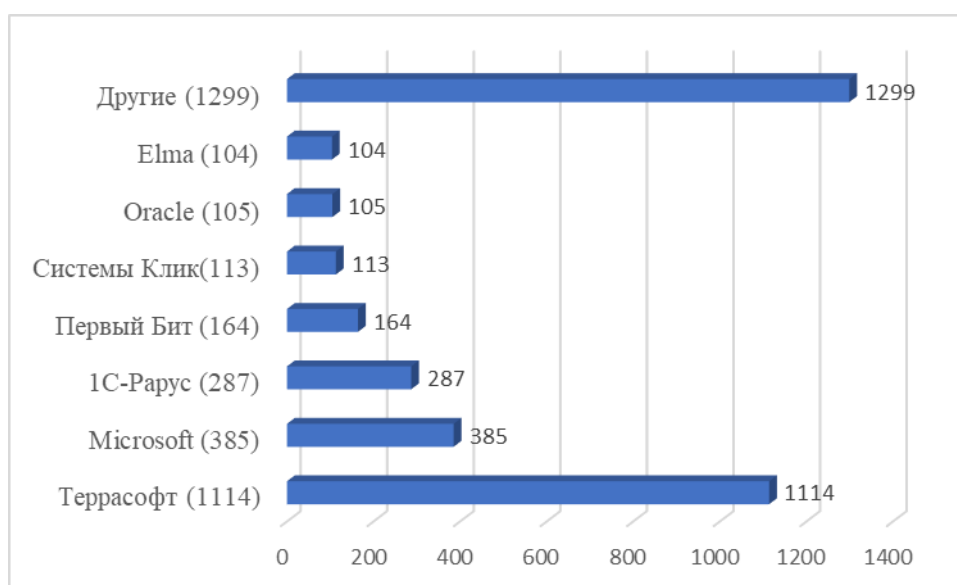


Рисунок 2 - Вендоры CRM систем, лидирующие на российском рынке (по количеству реализованных проектов) [5]

Традиционно две ключевые отрасли, в которых чаще всего используются CRM-системы – это торговля и финансы. Как показывает исследование, на

долю первой приходится 639 проектов, второй – 518 проектов. Распределение других отраслей показано на рис. 3.

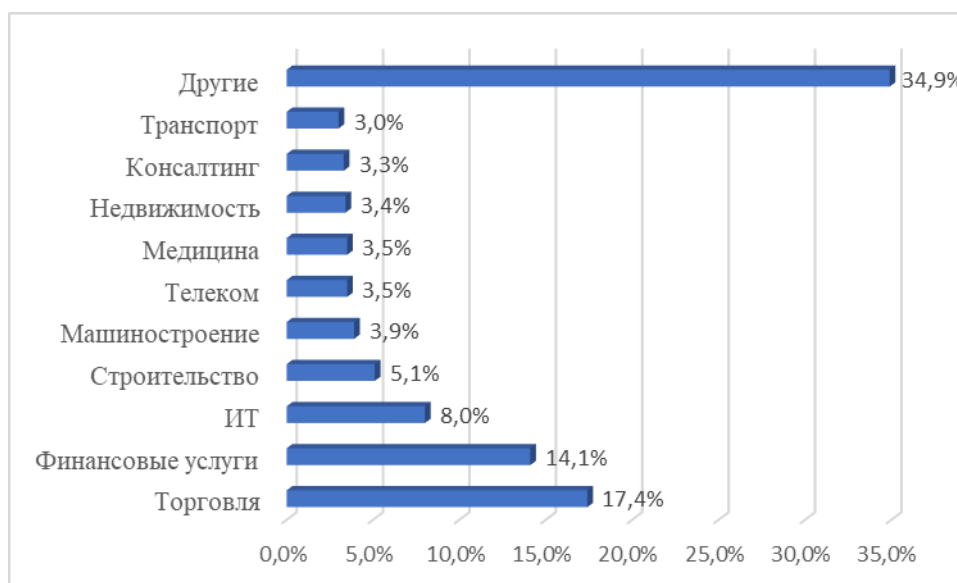


Рисунок 3 - Отраслевое распределение проектов внедрения CRM систем  
[3]

Как видно из представленных данных, рынок CRM в России активно развивается, происходит его насыщение. Прослеживается чёткое разделение на простые классические CRM-системы и на гибкие универсальные CRM с широкими возможностями для внедрения.

Рассмотрим основные направления и тренды развития рынка CRM в России.

С каждым годом происходит увеличение каналов коммуникации с клиентами. Все больше фирм отдаёт предпочтение CRM-системам, где вся история общения основана на одной платформе, сохраняется в одном месте и отображается в едином интерфейсе.

Во время пандемии компании перешли на удаленный формат работы. Часть из них осталась работать дистанционно и после карантина. Появилась потребность в дистанционном контроле сотрудников.

CRM-системы позволяют компаниям контролировать качество работы персонала с помощью автоматических напоминаний по задачам и дедлайнам,

онлайн-отчетов по работе сотрудников, записи звонков; оценивать ключевые показатели бизнеса; обеспечивать продуктивную командную работу за счет встроенных в CRM чатов, ленты рабочего процесса и внутренних звонков. [2]

Согласно исследованию Tadvizer, 72,9% внедрений CRM за 2020 год были облачными. [5] Годом ранее этот показатель достигал 79%. Небольшое снижение произошло потому, что большинство компаний и так уже внедрили SaaS-решения. 90% компаний во всем мире используют облачные решения для сокращения затрат на техподдержку и инфраструктуру.

Руководители хотят анализировать данные еще и для того, чтобы знать, в каком направлении развивать бизнес. Для этого им нужны новые инструменты в CRM-системах. Поэтому разработчики CRM-систем начали расширять аналитические возможности своих продуктов.

Маркетинговые компании современных фирм невозможны без использования современных информационных технологий. Чтобы клиент стал постоянным покупателем, ему необходимо внимание в виде полезных рассылок, эксклюзивных предложений, приглашений на отраслевые мероприятия и т.п.

Все это достигается через интеграцию CRM с различными сервисами, такими как SMS- и email-рассылки, электронная почта, IP-телефония, онлайн-консультанты для сайта, соцсети и мессенджеры. [4]

За счет них автоматизируется захват заявок с сайта/почты/соцсетей, а также производится автоматическая отправка сообщений клиентам. Последнее помогает удерживать до 90% клиентов. Все благодаря тому, что клиент получает месседж ровно тогда, когда он ему необходим, чтобы перейти на следующий этап воронки продаж.

Есть вероятность, что внедрение искусственного интеллекта позволит вывести на новый уровень взаимоотношения с клиентами. Использование AI и соответствующих алгоритмов поможет превратить рядового работника в высококлассного специалиста по построению лояльных бизнес-отношений. Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ ЭЛ № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

Огромное количество функций CRM, путающих пользователей, сведётся к основному, что упростит использование системы.

Итак, очевидно, что рынок CRM-систем в России активно развивается. Но до сих пор большая доля компаний использует для работы с клиентами не специализированные решения, а разрозненные программные продукты. Это приведет к дальнейшему развитию рынка и повышению функционала существующих CRM решений.

CRM-системы продолжают развиваться и предоставлять новые технологии для эффективного управления взаимоотношениями с клиентами, и при этом будет уделять особое внимание защите персональных данных.

#### **Библиографический список:**

1. Марабаева Л.В., Кузнецова Е.Г., Волгина И.В. Современные тенденции развития российского рынка CRM-систем // Вестник Российского университета кооперации. - 2018. - № 2. – С. 112- 125.

2. Натробица О.В., Куликова Д.Д. Совершенствование использования CRM-систем в деятельности организации (на примере ООО «Первый Рекламный Дискаунтер», г. Калуга) // Научные труды Калужского государственного университета имени К.Э. Циолковского. Серия: Гуманитарные науки. - 2020. – Калуга: Издательство КГУ имени К.Э. Циолковского, 2020. – С. 1244-1247.

3. Развитие и перспективы CRM [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://vc.ru/services/214348-razvitie-i-perspektivy-crm> (Дата обращения: 26.01.2022)

4. Субботина Т.Н., Лисовский Б.Г. CRM-система как инструмент повышения конкурентоспособности организации // Вектор экономики. - 2021. - № 11 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://www.vectoreconomy.ru/images/publications/2021/11/economicsmanagement/Subbotina\\_Lisovsky.pdf](http://www.vectoreconomy.ru/images/publications/2021/11/economicsmanagement/Subbotina_Lisovsky.pdf) (Дата обращения: 26.01.2022)



5. Тенденции российского рынка CRM-систем [Электронный ресурс].  
Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/index.php>  
/Статья:Тенденции\_российского\_рынка\_CRM-систем (Дата обращения:  
26.01.2022)

6. Якунина М.В., Крутиков В.К. Эволюция отечественных цифровых технологий // Научные труды Калужского государственного университета имени К.Э. Циолковского. Материалы региональной университетской научно-практической конференции. Сер. "Гуманитарные науки". - 2019. С. 415-424

*Оригинальность 94%*