

АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА CRM-СИСТЕМ

Автор: Омельченко Д. Е., Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, г. Санкт-Петербург

Научный руководитель: к.э.н., доцент, Торосян Е.К. Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, г. Санкт-Петербург

Введение: Актуальность анализа рынка CRM-систем заключается в тенденции компаний-потребителей в выборе максимально экономичных вариантов автоматизации, обращая внимание не только на стоимость внедрения, но и стоимость последующего обслуживания и расширения CRM-системы.

Необходимость внедрения CRM системы — рост прибыли компании за счет оптимального взаимодействия с клиентами. Рост прибыли складывается из повышения доходности клиентской базы и снижения затрат на ее обслуживание.

CRM-система не является специализированной программой по управлению сбытом предприятия. Данная программа помогает управлять всей маркетинговой деятельностью предприятия, составной частью которой и является сбыт. CRM система управления маркетинговой деятельностью затрагивает практически все аспекты сотрудничества клиента и компании.

Основная **цель работы** заключается в анализе рынка CRM-систем и прогнозе развития российского рынка CRM-систем.

Промежуточные результаты: Рейтинг производителей систем управления взаимоотношениями с клиентами CRM Technology Value Matrix составляется компанией Nucleus Research и обновляется каждые полгода. Аналитики изучают возможности CRM-решений для автоматизации продаж, маркетинга и клиентского сервиса, оценивая их по двум ключевым критериям — эргономичности и функциональности.

В октябре 2018 года исследовательское агентство Nucleus Research опубликовало рейтинг ключевых игроков мирового рынка CRM-систем — CRM Technology Value Matrix. В число лидеров были включены следующие решения: Salesforce.com, Infor CX, Oracle CX Cloud, Bpm' online, Microsoft Dynamics 365, а также системы компаний Veeva Systems и Satuit Technologies.

Участники отечественного рынка CRM по-разному смотрят на препятствия и ограничения, которые могут сдерживать его развитие. Часть опрошенных TAdviser респондентов не видят каких-либо преград. Часть – называют сдерживающими факторами рынка общую зарегулированность ИТ-отрасли и плохое понимание руководителями компаний преимуществ CRM-систем и выгод, которые они могут получить от их внедрения.

По итогам 2016 года TAdviser оценивает объем отечественного рынка CRM на уровне 10,4 млрд рублей. Рынок вырос примерно на 5%, при этом динамика снизилась. В 2015 году российский рынок CRM увеличился в объеме на 10%.

Объем отечественного рынка CRM-систем в 2017 году оценивается приблизительно в 12,6 млрд рублей с ежегодным приростом в 2013-2016 годах на уровне 10-12%.

По итогам 2017 года TAdviser прогнозирует рост российского рынка на 2018 год на уровне 8-10%.

Конечный результат: Российский рынок CRM-систем развивался с отставанием от западного на несколько лет. Отечественный бизнес впервые обратился к системам управления взаимоотношениями с клиентами после кризиса 1998 года, когда остро стояли не только вопросы конкуренции, но и элементарного выживания компаний на рынке. Среди вертикальных отраслей первыми к освоению CRM-технологий пришли банки и финансовые, а также телекоммуникационные компании в силу особенностей бизнеса и необходимости обслуживать десятки тысяч клиентов.

Потребность в автоматизации российского рынка с помощью CRM-систем будет актуально еще несколько лет, так как повышение эффективности маркетингового взаимодействия с клиентами позитивно влияет на увеличение клиентской базы, а в более долгосрочном горизонте планирования – и на рост продаж.

Положительная динамика роста рынка сохранится в связи со стабилизацией экономической ситуации, появлением на рынке новых классов CRM-решений и ростом интереса к мобильным инструментам CRM. Прогнозируемый рост рынка на 12-15% в 2018 году.