

УДК 658.5.511

## **АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ CRM-СИСТЕМ КАК ВАЖНЫЙ ЭТАП В ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОМ ОБЕСПЕЧЕНИИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ КОМПАНИЙ**

*А.А. Чечушкова, В.О. Логиновская*

Статья посвящена этапу информационно-аналитического обеспечения производственных компаний, а именно одному из важных направлений – системам взаимоотношений с клиентами. Авторами проведен анализ 4 отечественных и зарубежных решений. На основе полученных данных сформирована таблица сравнений CRM-систем по ряду факторов. В конце статьи приводится вывод по проведенному анализу.

Ключевые слова: CRM, производственная компания, промышленные предприятия, взаимоотношения с клиентами.

Современный этап развития информационно аналитического обеспечения управления промышленными предприятиями и корпорациями характеризуется использованием все более современных средств вычислительной техники на базе цифровых технологий, а также аналитической обработки данных, начиная с *olap*, *data mining* и заканчивая *big data* и другими.

С другой стороны, развитие промышленных предприятий и корпораций невозможно эффективно осуществлять без развития управленческих технологий, базирующихся на актуальных системах подготовки и принятия решений по всем направлениям деятельности этих компаний [1].

Развитие аналитических систем осуществляется на протяжении достаточно значительного промежутка времени, начиная с конца прошлого века. В этой связи важно понимать, что условия, в которых находятся промышленные предприятия и корпорации, за эти годы существенно менялись, равно как и требования, которые предъявляли руководители упомянутых промышленных предприятий и корпораций к этим системам. На сегодняшний день скорость принятия управленческих решений по оперативному управлению производственными компаниями значительно увеличилась, а требования к качеству получения аналитических данных неоднократно возросло [2].

Соответственно, желание руководителей получать наиболее адекватную информацию о состоянии дел на предприятиях, потребностях рынка и т.п. вызывают необходимость совершенствования этих аналитических систем, и качество работы этих аналитических систем должно осуществляться по всем характеристикам этих работ.

В данной статье рассматривается одно из весьма существенных направлений подобного анализа, а именно системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM, Customer Relationship Management).

Очень важно перед внедрением CRM-системы провести сравнение имеющихся на рынке программных продуктов [4]. В рамках данной статьи осуществлено сравнение 4 наиболее популярных российских и зарубежных CRM-систем.

### **1. 1С: CRM**

1С: CRM состоит из двух связанных между собой систем:

– управление торговлей – это работа с заказом, складом, управление доставкой, а также финансами и надстройкой, позволяющей организовать управление взаимоотношений с клиентами;

– управление взаимоотношениями с клиентами.

Работать в одной системе, в которой будет и управление взаимоотношениями с клиентами, и торговый учет, практичнее, нежели в разных двух, поэтому достаточно большое количество руководителей и владельцев бизнеса отдают свое предпочтение 1С: CRM.

В рамках данной статьи целесообразнее рассматривать именно 1С: CRM КОРП 3.0 ввиду её ориентированности на большие предприятия, в отличие от остальных предложенных версий [10]. Это CRM-система, где реализован ряд аналитических функций, настроенных на нужды компаний крупного бизнеса: инструменты управления процессами и проектами, которые проходят в компаниях; интеграция с корпоративными системами, а также работа при помощи единого интерфейса.

Не смотря на большое количество положительных сторон системы, 1С CRM имеет ряд значительных минусов. Среди них отсутствие таких важных вещей как лид – потенциальных клиентов компании, интеграция с сайтом для сбора информации по лидам, интеграция с соцсетями, а также отсутствие мобильной версии CRM. Некоторые пользователи помимо прочего отмечают сложности в создании отчетов, частые программные ошибки, маленький шрифт и слишком много избыточной информации.

На официальном сайте компании можно найти информацию, что рекомендованная цена на клиентскую лицензию программного обеспечения, рассчитанную на 100 рабочих мест, составляет порядка 741 000 рублей.

Одним из примеров успешного внедрения данного программного продукта стала автоматизация управления взаимоотношениями с клиентами и управления продажами на базе «1С: Предприятие 8. CRM КОРП» в ООО «ПК Стальпрокат», город Москва. Компания «ПК Стальпрокат» – сеть сервисных металлоцентров, занимающихся поставками тонкого стального рулонного и листового проката, а также услугами по металлообработке. В марте 2017 было автоматизировано 20 рабочих мест. Экономический эффект от внедрения позволил увеличить на 27 % объем выпускае-

мой продукции и оказываемых услуг, а также сокращение длительности простоев оборудования на 13 % [6].

## **2. Битрикс24**

CRM Битрикс24 представляет собой облачный сервис, предназначенный для совместной работы. Он объединяет инструменты организации групповой и индивидуальной работы сотрудников компании: внутренняя социальная сеть, хранилище данных, коммуникационные сервисы, управление задачами и ведение базы клиентов. Согласно сайту компании, версия на 12 пользователей Битрикс24 бесплатна. Однако даже при бесплатной версии потребуется оплата за некоторые услуги, например, исходящие звонки.

Аналогично 1С: CRM, CRM Битрикс24 является частью большой корпоративной системы. Битрикс24 – это портал, который пытается охватить как можно больше возможностей. Таким образом, CRM-система является частью более глобального программного обеспечения Битрикс24, который предлагается использовать при помощи облачных хранилищ или в варианте коробочного решения. Поэтому можно сказать, что CRM-система Битрикс24 подойдёт не совсем, если на предприятии необходимо внедрять исключительно CRM, так как в этом программном комплексе CRM стала неотъемлемой частью общего программного решения и, соответственно, устанавливать, а также оплачивать, потребуется и другие возможности, что порой становится лишним [12].

Среди недостатков можно назвать необходимость работы в рамках установленного разработчиками функционала без возможности расширения полей данных для кастомизации. Многие пользователи также отмечают, что не сразу удаётся сориентироваться в широком спектре возможностей – у «Битрикс24» достаточно сложная визуализация, что порой делает затруднительным поиск нужной задачи. Конструктор, предоставляющий пользователю создавать те или иные бизнес-процессы, достаточно сложный, перегруженный возможностями и ориентирован на работу в общей системе «Битрикс24», а не исключительно в CRM. В результате в этом конструкторе становится сложным без соответствующего технического специалиста создать какой-либо бизнес-процесс.

Для крупного предприятия стоимость облачной версии CRM «Битрикс24» составит 9 990 рублей в год. В эту стоимость будет входить неограниченное количество пользователей и облачного пространства, а также контроль рабочего времени, отчеты руководителю и свой домен.

Одним из примеров успешного внедрения CRM «Битрикс24» стала строительная компания Краснодара «Мегаполис». В результате компания отмечает рост продаж в течении полугода с 10 % до 20 %, а также улучшенный контроль сделок, позволяющий лучше регулировать управленческие процессы и консолидировать информацию [7].

### **3. SAP CRM**

Можно сказать, что система SAP CRM является единственным решением класса CRM, благодаря которому становится возможным объединить сотрудников, партнеров, процессы и технологии в рамках полного замкнутого цикла взаимодействия с клиентами. Становится возможным в режиме реального времени проверить доступность ресурсов, управлять договорами и фактурированием. При помощи него прозрачность выполнения заказа и дальнейшее отслеживание их статуса достигает достаточно высокий уровень [11].

Помимо всего прочего, решение предлагает функциональные возможности для управления маркетинговыми кампаниями, планированием маркетинговой деятельности, генерации новых возможностей продаж, осуществления телемаркетинга, а также сегментации клиентской базы. Кроме того, решение SAP CRM позволяет предприятию предлагать клиентам широкую возможность поддержки по всем каналам: с помощью Интернет-приложений и через центр взаимодействия с клиентами [5].

Конечная цена зависит от количества подключенных модулей, их стоимость колеблется от 500 до 5 000 рублей, базовая версия продукта оценивается в 2 000 рублей ежемесячно.

Из минусов SAP CRM можно назвать слабую поддержку от разработчиков для России. Кроме того, на российском рынке пока единичны проекты по внедрения SAP CRM. Минусом также является большая конкуренция с собственными партнерами за крупнейших заказчиков [8].

Однако примером успешного внедрения SAP CRM в России является компания «Северсталь». Это сталелитейная и горнодобывающая компания, которая является одной из самых крупнейших в мире вертикально интегрированных с активами в России, Латвии, на Украине, в Польше, Италии и Либерии. В ходе проекта по развитию CRM были преобразованы процессы маркетинга и продаж, автоматизирована работа контактного центра. Помимо этого, было значительно уменьшено количество неудачных сделок в результате автоматизации и контроля процессов взаимодействия с клиентом и возросли продажи благодаря внедрению новых процессов по работе с потенциальными клиентами и лидами.

### **4. Oracle CRM On Demand**

Решения Oracle CRM предлагают самые широкие и глубокие возможности, которые помогают промышленным предприятиям стимулировать продажи, маркетинг, лояльность и эффективность обслуживания. Oracle CRM On Demand позволяет организациям всех типов и размеров, благодаря контекстному поиску, аналитике в реальном времени и истории, а также адаптивному бизнес-планированию. Все это позволяет повышать продуктивность благодаря интегрированным продажам и маркетингу в облаке, интеграции Outlook и мобильных устройств, а также отраслевым решениям.

Система ORACLE CRM предназначена для сборки необходимых данных, дальнейшего их анализа, управления продажами, маркетингом, а также различными бизнес-процессами. Благодаря ряду преимуществ ORACLE CRM остается одной из самых востребованных в мировой практике. Среди них:

- адаптивность и гибкость благодаря особенностям архитектуры, что подстраиваются под потребности любого предприятия;
- присутствие типовых объектов и модулей предоставляют возможность быстрого поэтапного внедрения;
- готовые отраслевые решения, которые снижают стоимость, используя предыдущий опыт работы;

Oracle CRM On Demand состоит из набора готовых к использованию модулей и бизнес-процессов для корпоративных продаж, индустрии финансов и страхования, фармацевтики, высоких технологий и дистрибуции, а также содержит модуль бизнес-аналитики, что позволяет управляющим и сотрудникам получить достаточное понимание потребностей клиента и способов достижения его лояльности [13]. Клиенты, которые выбирают CRM On Demand от Oracle, имеют возможность хранить данные о заказчиках на территории Европейского союза.

Что касается минусов решения, то Oracle CRM не прост для внедрения. Иная сложность заключается в том, что на российском рынке остро ощущается дефицит квалифицированного консультантов, которые занимаются внедрением этого продукта.

Цены на Oracle CRM on Demand начинаются с 75 долларов на пользователя в месяц на основании годового соглашения о подписке. Стандартная версия, согласно которой Oracle диктует график обслуживания и обновления, стоит 90 долларов на пользователя в месяц. Корпоративная версия стоит 125 долларов на пользователя в месяц. Клиенты могут развертывать CRM on Demand локально за 110 долларов на пользователя в месяц [9].

Примером успешного внедрения Oracle CRM on Demand стала Валента Фарм (Отечественные лекарства) в городе Москва. «Валента Фарм» – российская инновационная фармацевтическая компания, сфокусированная на разработке и производстве новых оригинальных препаратов. Oracle CRM «Валента» предоставила эффективную систему мониторинга деятельности медицинских представителей, таргетирования базы клиентов и повысила эффективность продвижения без разворачивания сервера на базе компании. Также внедрение Oracle CRM повысило удовлетворенность работой медицинских представителей на 20 % и позволило развивать бизнес во всех часовых поясах и регионах.

В ходе анализе четырёх наиболее популярных отечественных и зарубежных CRM систем для наглядного отображения отличий и сходств мож-

но составить сравнительную таблицу, используя ряд факторов, которые являются наиболее значимыми при выборе подходящего программного продукта [14]. Среди них общая информация о системе – год выпуска первой версии системы, класс продукта и т.п.; цена лицензий и возможность работы с контактами, продуктовыми сделками. Также важную роль играют возможность обучения сотрудников, способы построения бизнес-процессов, интеграция с рядом других офисных программ и сохранность данных системы [3].

Отличия и сходства вышеизложенных CRM-систем представлены в табл.

Таблица  
Сравнительная характеристика CRM-систем

Название	Битрикс24	1С: CRM	Oracle CRM on Demand	SAP CRM
Цена лицензии (раб. место)	100–250\$ 250–500\$	100–250\$	Не требуется	>1000\$
Стоимость поддержки (% в год от перв. стоимости)	Бесплатно	<10 %	10–25%	10–25 %
Настройка типов, состояний и результатов задач	Нет	Да		
Ведение продаж	Да			
Возможность управления проектами	Нет	Да		
Настраиваемый механизм бизнес-процессов	Графический			
Возможность создания новых элементов процесса	Нет	Да		
Количество отчетов в типовом решении	–	115	>1000	30
Возможность детализации результатов отчетов	Нет	Да		
Наличие линии тех. поддержки	Входит в поставку	Входит в поставку/ Доп. услуга		Доп. услуга
Импорт/Экспорт данных в MS Office	Импорт Экспорт			

Окончание табл.

Название	Битрикс24	1С: CRM	Oracle CRM on Demand	SAP CRM
Интеграция с учетными системами	1С		SAP Другие MS Navision MS Axapta 1С	SAP Другие
Интеграция с почтовыми клиентами	Google Mail Outlook Express MS Outlook	Встроенный клиент Google Mail MS Outlook	Outlook Express MS Outlook	MS Outlook
Соответствие требованиям 152-ФЗ (для РФ)	На уровне продукта На уровне БД		На уровне БД	На уровне продукта На уровне БД
Импортозамещение (для РФ)	Входит в реестр отечественного ПО	Входит в реестр отечественного ПО	Не входит в реестр отечественного ПО	Не входит в реестр отечественного ПО
Ограничение доступа	На уровне разделов На уровне записей			
Наличие истории операций в системе	Нет	Да		
Используемые СУБД	MS SQL ORACLE MySQL	MS SQL ORACLE DB/2 Другие	ORACLE	MS SQL ORACLE MySQL Другие
Способ развертывания	Внутри сети SaaS	Внутри сети SaaS В облаке		

В ходе проведенного анализа можно сделать вывод, что на сегодняшний день CRM-системы являются неотъемлемой частью любой производственной компании. Современный рынок программных продуктов предоставляет широкий ряд различных систем для любого предприятия [14], и непростой задачей в этом разнообразии становится выбор именно той системы, которая действительно подходит под специфику и структуру той или иной организации. В рамках статьи были рассмотрены только четыре системы, но, тем не менее, это позволило показать отличие программных продуктов между собой.

Битрикс24 и 1С: CRM являются лишь надстройками к большим программным комплексам, а это значит, что вместе с ними идёт множество функций, которые перегружают систему и становятся лишними. Зарубежные производители намного дороже отечественных, но предоставляют вместе с этим более широкие и гибкие возможности функционала. С другой стороны, на нашем рынке присутствует дефицит специалистов, занимающихся внедрением таких систем, как ORACLE и SAP, в отличие от внедрения отечественных программных продуктов. Тем не менее, выбор CRM-системы для предприятия остается строго индивидуальным вопросом. Для небольших предприятий полезными станут такие системы как Битрикс24 и 1С: CRM, а для более больших компаний и корпораций подобные системы покажутся слишком плоскими и тесными. В таком случае лучше подойдут системы типа ORACLE и SAP.

Стоит заметить, что сегодня вопрос об импортозамещении для России перешел из обсуждаемых тем в практическую плоскость. Экономические санкции и геополитические риски выступают основополагающими факторами импортозамещения в стране. Зависимость от импорта особенно сильно проявляется в ИТ-отрасли. Импортозамещение в России отразилось и на рынке CRM. Если на предприятиях и в бизнесе главной причиной перехода на отечественные решения является финансовая сторона, то в государственных структурах это происходит в обязательном порядке. Таким образом, одним из основных факторов выбора CRM-системы в России может выступать необходимость использования ПО из Единого реестра российских программ [13].

Главное понимать, что правильно выбранная CRM способна помочь организациям улучшить и упростить оперативное управление взаимоотношениями с клиентами, тем самым увеличить прибыль и повысить конкурентоспособность.

#### Библиографический список

1. Современные модели управления предприятием: учебное пособие / О.В. Логиновский, А.А. Максимов, А.С. Зинкевич, Н.Ю. Гурьянова. – Челябинск: Издательство ЮУрГУ, 2008. – 128 с.
2. Логиновский, О.В. Управление группой предприятий: учебное пособие / О.В. Логиновский, А.А. Максимов. – Челябинск: Издательство ЮУрГУ, 2009. – 480 с.
3. Логиновский, О.В. Информационное обеспечение управления промышленным предприятием по производству ферросплавов: учебное пособие / О.В. Логиновский, К.А. Коренная, А.А. Максимов. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2012. – 119 с.
4. Тимаева, С.А. Современные технологии анализа и проектирования информационных систем: учебное пособие / С.А. Тимаева. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2011. – 153 с.



5. Ресурс фирмы «1С». Проекты внедрений [Электронный ресурс] . – URL: <https://solutions.1c.ru/catalog/crm-corp-20>.
6. Сайт компании Битрикс24. Возможности [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.bitrix24.ru/>.
7. Сайт компании SAP. Продукты [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.sap.com/>.
8. Сайт компании ORACLE. Продукты [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.oracle.com/>.
9. Лещёв, В.А. Эффективность применения CRM-системы / В.А. Лещёв // Молодой ученый. – 2016. – № 12. – С. 165–168.
10. Loginovskii, O.V Mathematical Models for Decision-Making on Strategic Management of Industrial Enterprise in Conditions of Instability / O.V. Loginovskii, О.И. Дранко, А.V. Hollay // CEUR Workshop Proceedings. – 2018. – Vol. 2093. – P. 1–12.
11. Гринберг, П. CRM at the speed of light / П. Гринберг. – СПб.: Символ Плюс, 2007. – С. 528.
12. Adrian Payne, P.F. A Strategic Framework for Customer Relationship Management / P.F. Adrian Payne // Journal of Marketing. – 2005. – P. 69.
13. Реестр российских программ для электронных вычислительных машин и баз данных [Электронный ресурс]. – URL: <https://reestr.minsvyaz.ru/reestr>.

[К содержанию](#)