

потребитель. Рынок одежды и моды всегда будет актуален, потребителям всегда нужна одежда. Бренды стараются быть на волне последних трендов, использовать передовые технологии и поддерживать экологию.

-
1. Беляева С.В., Смирнова О.П. Отраслевой и конкурентный анализ: учебное пособие – Иваново, 2019. – 323 с
 2. Арутюнова Д.В. Стратегический менеджмент: учебное пособие. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2020. 122 с.
 - 3 Рынок ритейлов России. – Текст: электронный // ритейлы: [сайт]. – URL: <https://www.retail.ru/news/posle-ukhoda-zarubezhnykh-kompaniy-prodazhi-otechestvennoyodezhdy-vyrosli-na-10-1-maya-2023-228396/>

УДК 314.74

АВТОМАТИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССА С ПРИМЕНЕНИЕМ CRM-СИСТЕМЫ

К.А. Тверитнева
бакалавр

Л.В. Салова
канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Рост продаж или услуг ведёт к усложнению бизнес-процессов в компании – необходимости увеличения сотрудников, улучшения коммуникации и создания новых подразделений. Грамотное использование функционала CRM-систем позволяет решить проблему взаимодействия с клиентами, создания и автоматизации бизнес-процессов. Исследование направлено на анализ рынка CRM-систем, как программное обеспечение для автоматизации бизнес-процессов компании в современных условиях.

Ключевые слова: бизнес-процессы, CRM-система, автоматизация процессов предприятия, отрасль строительства.

AUTOMATION OF THE BUSINESS PROCESS USING A CRM SYSTEM

The growth of sales or services leads to the complication of business processes in the company □ the need to increase employees, improve communication and create new divisions. Competent use of CRM systems functionality allows solving the problem of interaction with customers, creation and automation of business processes. The research is aimed at analyzing the market of CRM systems as software for automating the company's business processes in modern conditions.

Keywords: business processes, CRM system, automation of enterprise processes, construction industry.

В наши дни актуальным вопросам в бизнесе является автоматизации различных процессов работы в компании. Сейчас уже невозможно представить, как осуществлять бухгалтерский или налоговый учёт без помощи специальных программ и программных обеспечения. Сотрудники отдела продаж пользуются различными технологиями и приложениями для того чтобы заключить сделку оформить документы и отправить заказ клиенту в один клик, используя только мобильный телефон. В современном мире существует организации, которые осуществляют свою деятельность исключительно в онлайн режиме, такие компании используют сайт, через который сразу обрабатываются документы и отсылаются заказы клиенту. При всех этих новшествах и современных технологиях организации среднего и малого бизнеса чаще всего ведут свою деятельность без автоматизации и внедрение программного обеспечения для упрощения работы.

Выход из этой ситуации – автоматизация и стандартизация управления отношений с клиентами, т.е. внедрение CRM-системы.

Такое решение способствует:

1. Сгенерировать и стандартизировать клиентскую базу;

2. Повысить эффективность работы отдела продаж с помощью контроля качества работы в любое рабочее время;
3. Отслеживать эффективность работы отдела продаж и помощью статистики и аналитики;
4. Планировать повышение качества работы и разрабатывать стратегию развития бизнеса в целом.

Абсолютно любую организацию, осуществляющую коммерческую и некоммерческую деятельность можно представить, как совокупность различных бизнес-процессов. Но так как все компании индивидуальны, эти бизнес-процессы также будут индивидуальны.

Бизнес-процесс – это взаимосвязь последовательных задач и рабочих моментов, которые в конечном итоге создают конечный продукт или услугу для своего потребителя. Чтобы наглядно представить бизнес-процесс той или иной компании часто используют блок-схемы. В теории выделяют три основных бизнес-процесса:

Управляющие бизнес-процессы – руководят и контролируют функциональную основу всех систем организации. Таким примером бизнес-процесса можно послужить стратегический менеджмент, тайм-менеджмент и корпоративное управление.

Операционные бизнес-процессы – это основа всего бизнеса компании, который создает основной поток доходов. Например, снабжение, производство, распределение, маркетинг и продажи.

Вспомогательные бизнес-процессы – такие процессы являются обслуживающими для основного бизнеса. Примерами являются Бухгалтерский учет, Подбор персонала, Техническое обслуживание [3].

Образующие бизнес-процесс воздействия могут воплощаться людьми (вручную либо с применением компьютеров) или быть полностью автоматизированы. Распорядок исполнения операций и результативность работы того, кто осуществляет действие, устанавливают корпоративную результативность бизнес-процесса. Вопросом любого предприятия, которое стремится совершенствовать свою деятельность, является построение наиболее эффективных бизнес-процессов, которые включали в себя только необходимые действия. Важно обеспечить ясность хода бизнес-процессов, так как только в этом случае управляющий бизнес-процессом, то есть любой сотрудник компании или руководство, а также другие заинтересованные стороны будут иметь ясное представление о том, как организована работа [1].

Рассмотрим, как устроены бизнес-процессы на примере одной компании, занимающейся ремонтом новостроек в городе Владивосток, и как можно автоматизировать эти процессы, на основе устранения недостатков.

Операционные бизнес-процессы рассматриваемой компании – это процессы, в рамках которых осуществляется формирование портфеля услуг компании, поиск клиентов, заключение сделки по ремонту, оказание всех видов ремонтных услуг, закуп материалов на объекты.

Вспомогательные бизнес-процессы включают в себя процессы управления персоналом, финансами, информационными технологиями, закупками и правовым обеспечением работы компании по ремонту квартир.

Во главе всех бизнес-процессов компании по ремонту квартир стоит генеральный директор, ни один этап работ не проходит без его участия. Работа всех отделов всегда согласовывается с директором, что занимает много времени, так как согласование идет посредством личного контакта или с помощью мессенджеров. Также в таком построении работы получается, что вся ответственность за принятые решения лежит на генеральном директоре. Из-за расплывчатости зоны ответственности возникают вопросы среди рабочих и задержка сроков ремонта.

Проблема распределения зоны ответственности, а также процесс взаимодействия сотрудников в едином пространстве для отслеживания, на каком этапе находится та или иная задача, чем занимается каждый сотрудник компании, в отрасли строительства весь актуальна.

Строительство и ремонт – это та ниша, где необходима точность и четкость, ведь от того, как точно и качественно будет выполнена услуга, зависят жизни людей. При допущении ошибки могут разрушаться дома, произойти потопа и пожары.

Для того чтобы осуществлять непрерывное совершенствование управлением бизнес-процессами и отслеживать их в режиме реального времени, а также понимать кто из сотрудников, на какой стадии работы находится, придерживается ли он плану, необходимо автоматизировать бизнес-процессы и создать единое пространство.

Существует большое количество программ для облегчения процесса коммуникации и работы. Например, система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM, CRM-система, сокращение от англ. Customer Relationship Management) – прикладное программное обеспечение для орга-

низаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами), в частности для повышения уровня продаж. Оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путём сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов [4].

Анализ исследований статистики роста популярности CRM-систем в мире, как программа для автоматизации бизнес-процессов показал рост числа пользователей данных программ. Динамика роста рынка с 2015 по 2025 год представлена на рис. 1 [11].

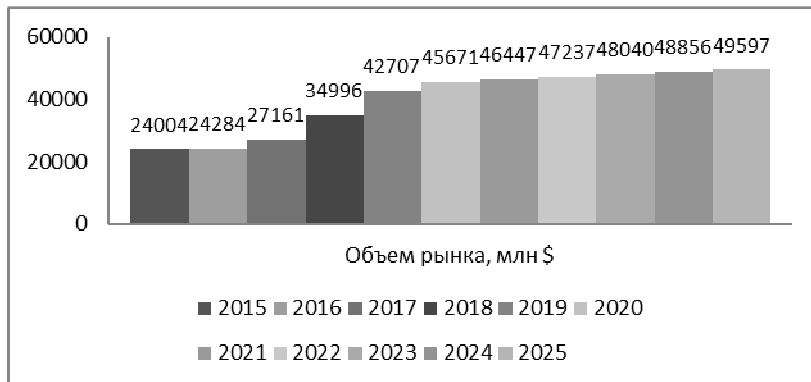


Рис. 1. Динамика роста общего объема мирового рынка CRM 2015–2025 гг.

Исходя из графика, представленного на рис. 2., в 2022 году объем мирового рынка CRM-систем составил 47237 миллионов долларов. Видно снижение темпа роста за последние года. Исходя из того, что совокупный среднегодовой темп роста составит 1,7 %, эксперты прогнозируют рост общего объема рынка в 2025 году до 49597 миллионов долларов [8].

Тенденция развития CRM-систем в России также стремительно растет. Только на 2022 год в России существует 4532 CRM-проектов.

Лидерами среди потребителей CRM-решений по отраслям являются сферы торговли, финансовых услуг и информационных технологий. Более подробное отраслевое распределение CRM-проектов представлено на рис. 2 [10].

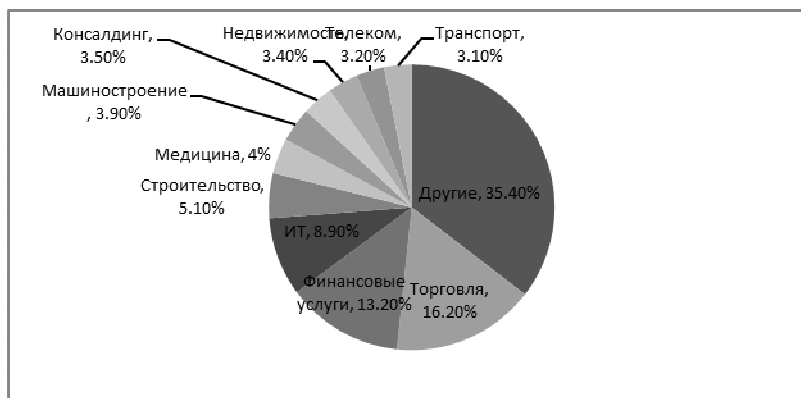


Рис. 2. Отраслевое распределение внедренных CRM-проектов на 2022 год

Таким образом, на 2022 год CRM-системы больше всего внедряются в отраслях торговли (16,2 %), финансовых услуг (13,2 %), ИТ (8,9 %) и строительство (5,1 %).

Рынок CRM-систем стремительно расширяется, все сложнее становится объективно оценить ту или иную систему и принять решение, на какой из них остановить свой выбор.

Анализируя рынок продуктов CRM-систем, были выделены и протестированы самые популярные системы (табл. 1).

В таблице сравниваются 5 CRM-систем по 9 признакам:

Megaplan CRM – корпоративная CRM-система, которая повышает продажи, позволяет настроить удаленное управление бизнесом, оптимизирует отдел маркетинга и технической поддержки. Интегрируется с различными 1С. Больше подходит для и малого бизнеса [5].

Bitrix 24 CRM – система управления продажами и взаимодействием с контрагентами. Компании внедряют данную систему, в основном, для увеличения продаж. Продажи увеличиваются с применением воронки продаж: от потенциальных клиентов, их еще называют лидами, до оформления сделки. В функционал Bitrix 24 CRM входят управление маркетингом, управление проектами и задачами, отчетность и аналитика, управление электронным документооборотом [2].

Аmo CRM – управляет взаимоотношениями с контрагентами компании. Данная программа позволяет автоматизировать продажи и организовать работу отдела маркетинга внутри малого предприятия. Главной задачей является повышение качества работы менеджеров по продажам. Такой сервис хорошо подходит для стартапов и компании без опыта работы в электронных обеспечениях, а также для работы отдела продаж в небольших компаниях. Для того, чтобы настроить бухгалтерию и другие направления необходимо внедрение дополнительных продуктов [9].

1С CRM – это система, включающая в себя пакет различных программ. В нее входят: 1С:CRM Стартовый в облаке 1С, 1С:CRM ПРОФ в облаке 1С, 1С:CRM ПРОФ, 1С:CRM КОРП, 1С:УТиВсК. Данные программы помогают организовать эффективную работу маркетинговых отделов, отделов продаж [7].

РосБизнесСофт CRM – система идеально подходит для автоматизации бизнес-процессов. Полностью интегрирована с «1С: Предприятие». В основные возможности данной CRM-системы входят работа с клиентами, управление продажами, управление складом, финансами и маркетингом. Также по желанию возможно подключение дополнительных возможностей, интеграции с мессенджерами, электронный документооборот [6].

Представлена оценка по шкале из четырех баллов:

0 – такой функции нет в системе;

1 – функция присутствует, но она примитивна и бесполезна;

2 – функция есть и ей можно пользоваться, но нужна помощь поддержки и штатного программиста;

3 – функция хорошо разработана и ей возможно пользоваться.

Таблица 1

Сравнение CRM-систем по различным признакам

Функционал	Megaplan CRM	Bitrix24 CRM	АmoCRM	1С CRM	РосБизнесСофт CRM
Работа со сделками	3	2	1	1	3
Телефония	2	1	1	2	1
Бизнес-процессы	0	3	0	1	3
Задачи	3	3	1	3	2
Email-рассылка	1	1	1	1	2
Настройка интерфейса	1	1	1	1	3
Права доступа	2	1	1	2	2
Отчетность	1	1	1	3	2
Доработки	0	1	1	3	3

Необходимо отметить, что данные CRM-системы предназначены, прежде всего, для малого и среднего бизнеса и для решения общего круга задач. У каждой из представленных систем есть свои сильные и слабые стороны. При выборе системы, прежде всего, необходимо оценить основные требования компании к CRM, на основе анализа бизнес-процессов компании и взаимодействий сотрудников друг с другом.

Таким образом, проведенное исследование показало, что внедряя любую CRM-систему, в первую очередь необходимо описать бизнес-процессы, это можно сделать визуально, с помощью различных программ по построению блок-схем. Немало важно изучить особенности работы компании, учесть все факторы, которые влияют на тот или иной процесс, выявить ключевые моменты

работы и «тонкие места» компании. И в результате всего этого получить грамотное и подробное описание бизнес-процессов, которые подлежат автоматизации.

-
1. Андерсен, Б. Бизнес-процессы. Инструменты совершенствования. – Москва: РИА «Стандарты и качество», 2013. – 355 с.
 2. Битрикс24.CRM: Описание, Функции и Интерфейс – 2022. Умный выбор систем для бизнеса. Soware.ru. – URL: <https://soware.ru/products/bitrix24crm> (дата обращения: 22.04.2023).
 3. Варзунов А. В., Горосян Е. К., Сажнева Л. П., Анализ и управление бизнеспроцессами: учебное пособие. – Санкт-Петербург: Университет ИТМО, 2016. –112 с.
 4. Инструкция-пособие Методология внедрения CRM. Основные этапы внедрения: [сайт]. – URL: <http://www.science-educationotnost.ru> (дата обращения: 04.04.2023).
 5. Мегарпан: Описание, Функции и Интерфейс – 2022. Умный выбор систем для бизнеса. Soware.ru. – URL: <https://soware.ru/products/megarpan> (дата обращения: 22.04.2023).
 6. Официальный сайт РосБизнесСофт CRM. – URL: <https://rbs-crm.ru/products/crm> (дата обращения: 22.04.2023).
 7. Официальный сайт 1С:CRM. – URL: <https://1crm.ru/products> (дата обращения: 22.04.2023).
 8. Фейдер П., Томс С. Клиентоцентричность: отношения с потребителями в цифровую эпоху. – Москва: Альпина Паблишер, 2021. – 190 с.
 9. AmoCRM – что это такое? Первый Бит. Crm.ru. – URL: <https://crm.ru/blog/amocrm-что-это-такое> (дата обращения: 13.05.2022).
 10. CRM (рынок России). TAdviser – портал выбора технологий и поставщиков. – URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:CRM_\(рынок_России\)](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:CRM_(рынок_России)) (дата обращения: 22.04.2023).
 - 11 Customer relationship management (CRM) software market revenues worldwide from 2015 to 2025 (in million U.S. dollars). Statista.com. – URL: <https://www.statista.com> (дата обращения: 22.04.2023).