

УДК 338.001.36

И.Н. Родионова, Д.О. Бобынцев

Юго-Западный государственный университет, Курск, email: irodionovadoc@mail.ru, danis-artist@vt-swsu.ru

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ И ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ РАЗРАБОТКИ CRM-СИСТЕМЫ «INFLOW»

Ключевые слова: CRM-система, база данных, веб-приложение, архитектура приложений, пользовательский интерфейс, веб-сервис, маркетинг, конкурентоспособность, сравнительный анализ, аналитика.

Статья посвящена оценке конкурентоспособности отечественной разработки CRM-системы «Inflow». Целью исследования является повышение прибыли компаний, количества лидов, клиентов и продаж, автоматизация бизнес-процессов. В результате исследования и разработки была создана CRM-система для управления взаимоотношениями с клиентами и автоматизации бизнес-процессов компаний. Представлено экономическое обоснование CRM-системы «Inflow», описана её новизна, назначение и области применения, а также сравнение с конкурентами. Показано, что предлагаемое решение «Inflow» обеспечивает высокую скорость обработки заявок, учёт и контроль обращений, в том числе и пропущенных. Платформа гарантирует структурированность и целостность данных. «Inflow» позволяет сотруднику компании оптимизировать рабочее время, которое уходит на рутинные задачи, сократив его до четырёх часов из восьмичасового рабочего дня. Для руководителей данный показатель составляет экономию до трёх часов. «Inflow» поможет руководителям повысить KPI подчинённых в 1.8 раза, а также повысить показатели продаж в 4.2 раза за первые 4 квартала.

I.N. Rodionova, D.O. Bobyntsev

Southwest State University, Kursk, email: irodionovadoc@mail.ru, danis-artist@vt-swsu.ru

ASSESSMENT OF THE COMPETITIVENESS OF DOMESTIC CRM-SYSTEM “INFLOW”

Keywords: CRM-system, data base, web-app, application architecture, user interface, web-service, marketing, competitiveness, comparative analysis, analytics.

This article is devoted to the assessment of the competitiveness of the domestic development CRM-system “Inflow”. The purpose of the study is to increase company profits, the number of leads, clients and sales, and automate business processes. As a result of research and development, a CRM system was created to manage customer relationships and automate company business processes. This economic justification is presented by CRM-system “Inflow”, its novelty is described by its purpose and application areas, as well as its comparison to its competitors. It is shown that the proposed solution “Inflow” provides high speed of processing applications, accounting and control of requests, including missed ones. The platform guarantees the structure and integrity of the data. “Inflow” allows a company employee to optimize the working time spent on routine tasks, reducing it to four hours out of an eight-hour working day. For managers, this figure amounts to savings of up to three hours. “Inflow” will help managers increase the KPI of subordinates by 1.8 times, as well as increase sales figures by 4.2 times in the first 4 quarters.

Любая информационная система предназначена для того, чтобы решать определённые проблемы с целью повышения различных показателей: количество продаж, капитализация компании, KPI (Ключевые показатели эффективности) сотрудников. Для управления бизнес-процессами компании широко применяют CRM-системы, которые позволяют решать следующие проблемы [1-5]:

1. Потеря заявок. Во многих организациях основными инструментами

для работы с клиентами являются Excel и Google-таблицы. Сотрудники вручную составляют заявки, таким образом, их деятельность является рутинной работой. Кроме того, сотрудники могут не успевать обрабатывать заявки и входящие обращения клиентов – лидов, из-за чего имеют место безвозвратные потери потенциальных лидов. Количество таких потерь, например, для среднего сегмента бизнеса может достигать до нескольких тысяч, что в конечном счёте ведёт к большому и нефиксируемому убыткам.

В крупном сегменте бизнеса количество может доходить до нескольких сотен тысяч. Пропущенные обращения не фиксируются, в результате чего теряется возможность вернуть лид. Ввиду постоянно растущего объёма накопленной информации, данные в таком случае могут обрести неструктурированный вид, что сильно затруднит взаимоотношение с клиентами.

2. Проблема дефицита времени сотрудников из-за рутинных задач: оформление документов, почтовые рассылки, массовые обзвоны, взаимодействие с контрагентами, бухгалтерские вопросы и т.д. CRM освобождает рабочее время и у руководителей, так как при монотонной неавтоматизированной работе подчинённых необходимо полный контроль со стороны руководителя. Таким образом, руководитель может перенаправить своё внимание на более важные управленческие задачи.

3. Проблема непрозрачности в работе сотрудников. Необходимо знать, сколько звонков совершил тот или иной менеджер; сколько оформил заявок; успешные и неудачные сделки и так далее. Это позволяет анализировать эффективность работы сотрудников, выраженную с помощью KPI. На основе такого анализа руководители могут находить слабые звенья в своём персонале и предпринимать определённые действия.

4. Низкие продажи. Оптимизация и автоматизация процессов взаимоотношения с клиентами, а также внутренних процессов увеличивает показатель продаж в большую сторону.

Материалы и методы исследования

Объект исследования: CRM-системы, предназначенные для автоматизации бизнес-процессов и взаимоотношений с клиентами компаний, их функции и особенности применения. CRM-система представляет из себя инструмент, который обеспечивает автоматизацию рутинной работы, структурирование и хранение данных по взаимоотношению с клиентами, выстраивание маркетинговых кампаний и ведение аналитики.

Данное исследование преследовало следующую цель: повышение прибыли компаний, количества лидов (заинтересованных потребителей товаров или услуг

компаний), клиентов и продаж, а также автоматизация бизнес-процессов компаний с помощью разработки CRM-системы.

Полученные результаты: в результате исследования и разработки была создана CRM-система для управления взаимоотношения с клиентами и автоматизации бизнес-процессов компаний, которая содержит такие функциональные возможности как: хранение, редактирование и структурирование данных, выстраивание бизнес-процессов, обычный поиск и полнотекстовый поиск с фильтрацией и сортировкой по записям в базе данных, создание и редактирование карточек клиентов, сотрудников, контрагентов и настройка отображения данных в рабочей области.

Область применения: разработанная CRM-система может быть применена во всех сферах бизнеса.

Результаты исследования и их обсуждение

В современном мире бизнес по-прежнему не желает мириться с устаревшими подходами к работе, поэтому постоянно ищет новые решения. Чтобы оставаться конкурентоспособным, компании должны постоянно развиваться. Это значит, что им необходимо внедрять инновационные технологии, автоматизировать процессы и извлекать из этого прибыль.

Сегодня бизнес-процессы предприятий автоматизируются все чаще и чаще. Это обусловлено несколькими причинами. Во-первых, потребность в повышении эффективности бизнеса. А во-вторых, необходимость снижения уровня затрат на автоматизацию. Однако, существует и другая причина – необходимость автоматизации неких процессов, которые не поддаются автоматизации с помощью существующих нецифровых инструментов. К примеру, это может быть автоматизация управления знаниями.

Для решений таких задач существуют CRM-системы. CRM-системы сегодня – это программные решения, которые позволяют автоматизировать процессы компаний, избавлять от рутинной работы и оптимизировать взаимоотношения с клиентами и, как следствие, повышать показатели продаж.

CRM-системы в настоящее время применяются повсеместно и являются сегодня неотъемлемой частью деятельности бизнеса. CRM-системы могут применяться в разных сферах, например:

- банковская;
- страхование;
- производство;
- торговля;
- недвижимость;
- фармацевтика;
- транспорт;
- телекоммуникации [1].

Существуют разные системы в соответствии с сегментом бизнеса. Есть крупные CRM-системы, например, Microsoft Dynamics CRM, направленные больше на крупный бизнес. В то же время существуют системы для малого и среднего бизнеса, которые ограничены в функциональности, но за счёт этого они значительно дешевле.

В современном мире CRM-системы стали неотъемлемой частью бизнеса. CRM – это процесс автоматизации взаимодействия с клиентами, в котором клиенты и сотрудники компании взаимодействуют на основе данных о клиентах и истории взаимоотношений с ними, при этом осуществляется учёт и контроль всех этапов взаимодействия, что позволяет оптимизировать процессы компании.

Президент России Владимир Путин подписал указ, согласно которому госорганам запрещается использовать иностранное программное обеспечение (ПО) на объектах критической информационной инфраструктуры (КИИ) с 1 января 2025 г. Соответствующий указ опубликован на официальном портале правовой информации. Кроме того, президентским указом вводится запрет на государственные закупки иностранного ПО для критической инфраструктуры без согласования с федеральным органом исполнительной власти, который будет уполномочен правительством. Данный запрет вводится с 31 марта 2022 г. [6].

Данные меры вводятся в «целях обеспечения технологической независимости и безопасности КИИ Российской Федерации», сказано в указе.

Вышеописанные проблемы решаются посредством автоматизации взаимоотношения с клиентами/заказчиками, что достигается с помощью использования разработанных программных модулей, предназначенных для выполнения рути-

ной работы вместо сотрудника той или иной компании. Основным обработчиком автоматизации служит самодействующий бизнес-процесс. Бизнес-процесс – это набор инструкций, которые выполняют определённые взаимосвязанные действия по обработке информации о взаимоотношении с клиентами, контрагентами.

Для обеспечения эффективности реализации политики государства в применении программного обеспечения была разработана CRM-система, которая использует существующие подходы к проектированию и эксплуатации CRM-систем, но в то же время является улучшенным решением, которое по сравнению с конкурентами стоит значительно дешевле, предоставляет больше возможностей и требует меньше затрат на обслуживание, чем у конкурентов и позволяет в быстрые сроки собрать большую клиентскую базу. Следует принимать во внимание такие условия, при которых крупные вендоры CRM-систем, такие как Microsoft и Terrasoft, покинули российский рынок, что что безусловно позволило появиться в нём множество потенциальных лидов.

Архитектура типовых CRM-систем, как правило, выглядит как база данных, в которой ведётся учёт известных и потенциальных клиентов. В случае работы B2B это будут компании (рис. 1). В случае B2C это будут частные лица (рис. 2).

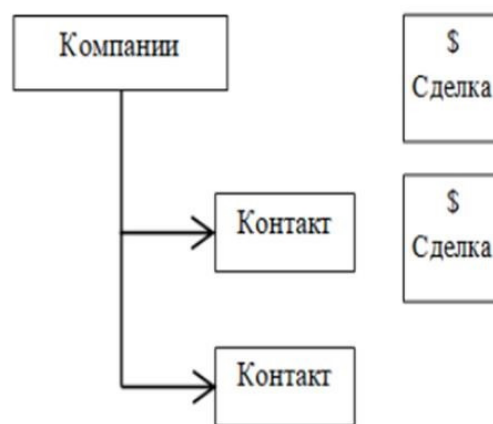


Рис. 1. Архитектура CRM для B2B



Рис. 2. Архитектура CRM для B2C

Таблица 1

Сравнительный анализ CRM по уровню обработки информации

Параметры	Операционные	Аналитические	Комбинированные
Функции	Планирование и координация контактов; сбор, систематизация информации, контроль над проведением сделок и анализ их этапов.	Классификация информации о клиентах; анализ ассортимента и цены; анализ конкурентов; анализ продаж.	Совмещает в себе функции операционных и аналитических CRM-систем: учёт и анализ.
Особенности работы	Индивидуальный подход, строгое соблюдение условий и сроков договора; предоставление некоторым клиентам VIP-статуса.	Лояльность работы – поощрение бонусами или предоставление скидок; Постоянное наличие товара; гибкая ценовая политика; глубокая интеграция с другими системами учета.	Постоянное наличие товаров на складе, а также работников, которые смогут предоставить услуги; согласование условий работы с клиентами; программы лояльности для постоянных потребителей.
Популярные программы-представители	Creatio, Microsoft CRM; Sales Logic.	Data Analyzer; Marketing Analytic; OROS Enterprise.	Использование двух программных комплексов.

CRM имеет сложную архитектуру и помогает автоматизировать процесс работы с клиентами, таким образом организация может предложить заказчику те или иные продукты или услуги по необходимости. Подобная концепция, акцентирующая внимание на потребности клиентов, а не продвижение товаров, повышает конкурентоспособность компании.

В таблице 1 приведено сравнение систем по уровню обработки информации.

Следует отметить, что существует большое число определений CRM. Некоторые исследователи рассматривают CRM как парадигму маркетинга, а некоторые только как ее IT составляющую.

Сравнительный анализ существующих решений

Мировой рынок CRM-систем представлен большим количеством компаний-разработчиков. Среди них есть как широко известные компании, так и малоизвестные, а также те, кто только относительно недавно презентовали свои разработки [7-9]. В том числе имеется немало мобильных CRM от крупнейших CRM вендоров.

Цены CRM-систем составляются в зависимости от количества функций.

CRM можно собрать по отдельным функциям с максимальным приближением к целям и задачам компании и специфики ее деятельности. Разработчики предлагают бесплатно опробовать различные версии в течение пробного периода, что выглядит привлекательно и позволяет показать все преимущества использования программного продукта. Ценовая политика также зависит от количества рабочих мест, которые будут обслуживаться системой. Существуют системы от 1 до 70 мест стоимостью от 35 до 220 тыс. руб. По оценкам различных экспертов, внедрение CRM-системы в среднем даёт рост продаж на 25%, поэтому при принятии решения о выделении бюджета на CRM необходимо считать окупаемость. Стоимость системы также зависит от функционала:

- клиентская база;
- управление этапами продаж;
- бюджет и финансы;
- документооборот и маршруты движения документов;
- настройка уровня доступа сотрудников;
- учет персонала, отпусков, зарплат, премия и так далее;
- интеграция документов MS Office;
- маркетинг, бизнес-процессы и пр.

Таблица 2

Сравнение актуальных CRM-систем

Название системы	SberCRM	Битрикс24	amoCRM	Мегаплан	Creatio	MS Dynamics CRM	1C: CRM
Интеграции	есть	есть	есть	есть	есть	есть	есть
Веб-приложение		есть	есть	есть	есть	есть	есть
Мобильное приложение	есть	есть	есть	есть	есть	есть	есть
Облако/сервер	есть/есть	есть/есть	есть/нет	есть/есть	есть/есть	есть/есть	есть/есть
Чат, звонки, видео звонки	есть	есть	есть	нет	есть/есть/нет	есть/есть/нет	есть/есть/нет
Групповые чаты	есть	есть	нет	нет	есть	есть	нет
Проверка контрагентов	нет	нет	нет	нет	есть	нет	нет
Аналитика	есть	есть	есть	есть	есть	есть	есть
Экспорт контактов в CSV, Excel, Outlook	есть	есть	есть	нет	есть	есть	есть
Стоимость за одного пользователя, руб/мес	0 или 550	От 1190 до 11990	От 499 до 1499	От 399 до 9500	От 2400 до 8400	От 2000 до 8000	От 399 до 1660

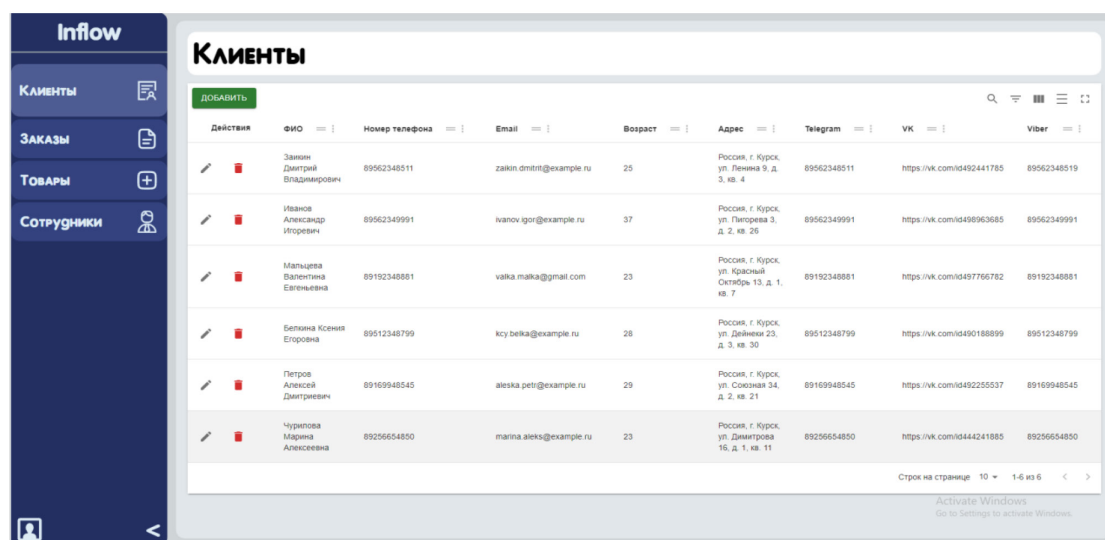


Рис. 3. Внешний вид веб-приложения

Кроме того, система может быть в виде приложения для рабочего стола, либо в виде web-приложения. Отличие первой заключается в том, что все вычисления будут проводиться на локальном компьютере, а у web-

приложения – на сервере. Каждый вид имеет свои преимущества и недостатки, но предпочтительными являются web-приложения, дающие возможность удалённой работы, более простое обновление.

Таблица 3

Соответствие особенностей платформы Inflow и уровней новизны

Особенность платформы Inflow	Уровень новизны
Высокая скорость работы, поставки и обновления платформы Inflow	Продукт с лучшими свойствами
No-code/low-code платформа	Продукт с дополнительными функциями
Обширный спектр разнообразных сервисов интеграций	Продукт с дополнительными функциями
Современный адаптивный и понятный пользователю UI/UX-дизайн	Продукт с новым дизайном
Небольшая стоимость продуктов Inflow в сравнении с конкурентами	Продукт с меньшими затратами

Рассмотрим некоторые из существующих CRM-систем, которые на данный момент являются наиболее востребованными и распространенными на рынке.

Сравнение указанных систем дано в таблице 2.

Таким образом был проведён сравнительный анализ существующих решений. Данные CRM-системы являются наиболее распространенными и востребованными на рынке на текущий момент. И поэтому они также являются основными конкурентами.

При разработке базы данных CRM-системы «Inflow» было отдано предпочтение системе управления базами данных под названием Microsoft SQL Server, однако разработанное приложение также поддерживает СУБД PostgreSQL и MySQL.

Во время проектирования и разработки серверной части приложения была выбрана платформа ASP.NET с использованием библиотеки SqlKata для реализации взаимодействия с базой данных.

Для реализации веб-приложения был выбран фреймворк под названием React с использованием ЯП TypeScript и технологии стилизации SCSS.

Разработанное приложение поддерживает Microsoft SQL Server, MySQL и PostgreSQL. Данные системы управления базами данных являются наиболее популярными, гибкими и поддерживаемыми разработчиками. Именно поэтому уклон в разработке был выбран в сторону этих систем. Однако разработанное приложение построено по всем современным принципам проектирова-

ния, таких как SOLID и DRY, а также имеет обобщённые интерфейсы и слабую взаимосвязанность программных сущностей, что позволяет довольно быстро и эффективно внедрить поддержку любой другой реляционной СУБД.

Разработанное веб-приложение (рис. 3) состоит из трёх уровней:

- компоненты;
- сервис-провайдеры;
- хранилище (store).

Таким образом, CRM-система Inflow автоматизирует взаимодействие с клиентами/заказчиками, повышает продажи, оптимизирует маркетинг, улучшает качество обслуживания клиентов.

При оценке конкурентоспособности системы «Inflow» на основе сравнительного анализа с аналогами и оценки рисков при использовании продукта учитывались следующие функциональные возможности программного решения «Inflow»:

1. Хранение данных клиентов.
2. Фиксирование взаимодействия разными способами: в чате на сайте, по телефону, в соцсетях, по электронной почте. Система объединяет обращения клиента в одну историю.
3. Автоматизация рутинных действий. Когда менеджеры ведут базу клиентов в пакете MS Excel, совершается множество однообразной работы: вручную заполняются данные, время расходуется на поиск и изучение нужной информации в неудобных таблицах. CRM-система «Inflow» позволяет оптимизировать данные процессы и уделить больше внимания контактной работе менеджера с клиентом.

4. Контроль. Решение «Inflow» необходимо для анализа действий не только клиентов, но и сотрудников: время работы, соблюдение сроков, количество клиентов.

Программное решение «Inflow» отличается некоторыми особенностями (новизна продукта, табл. 3):

- высокая скорость работы, поставки и обновления платформы «Inflow»;
- no-code/low-code платформа;
- обширный спектр разнообразных сервисов интеграций;
- современный адаптивный и понятный пользователю UI/UX-дизайн;
- небольшая стоимость продуктов «Inflow» в сравнении с конкурентами.

Данные особенности по уровням новизны имеют низкую и среднюю степень рисков и незначительные и средние управленческие проблемы.

Практически все представленные пункты имеют низкую и среднюю степень риска и незначительные и средние управленческие проблемы. В то же время присутствует особенность платформы «Inflow», которая влечёт за собой степень риска и управленческие проблемы выше средних показателей – высокая скорость работы, поставки и обновления платформы «Inflow».

В основе платформы «Inflow» лежит мощная технология no-code/low-code, которая позволяет настраивать, конфигурировать и дорабатывать систему даже без глубоких и узконаправленных знаний в программировании. Тем самым процессы поставки, обновления, развёртывания,

доработки, настройки и конфигурирования значительно ускоряются. Это позволяет быстрее адаптировать систему под стремительно меняющиеся темпы и векторы развития рынка.

Моделью продаж является B2B продажи (одна компания продаёт продукцию другим компаниям). Потенциальными потребителями могут быть организации, осуществляющие свою деятельность в следующих сферах:

- государственные учреждения;
- банковская;
- страхование;
- производство;
- торговля;
- недвижимость;
- фармацевтика;
- транспорт;
- телекоммуникации.

В качестве источника финансирования выступают средства инвесторов, которые могут вкладывать деньги как пакетными, так и прямыми инвестициями.

Продукт, претендующий на конкурентоспособность, нуждается в бизнес-модели, содержащей ключевую деятельность, ценностное предложение, взаимоотношения с клиентами, клиентов, партнёров, расходы, доходы и ключевые ресурсы. Модель представлена на рисунке 4.

Анализ программного обеспечения предполагает сопоставление его функциональных возможностей с функциями, представленными на рынке конкурентами, представленное в таблице 4.



Рис. 4. Бизнес-модель «Inflow»

Таблица 4

Сравнение программного решения «Inflow» с конкурентами

Название продукта	Цена	Бесплатная версия	Функциональность	Сегмент	Аналитика
Bitrix24	1990 – 11 990 руб. в месяц в зависимости от тарифа по числу пользователей	Есть, с ограниченной функциональностью	Функциональности много, из-за чего при первой работе с системой пользователю вынужден долго разбираться и проходить обучение. Неудобный менеджер задач.	Малый, средний и крупный бизнес. Есть готовые решения CRM для более 20 отраслей бизнеса, которые учитывают специфику той или иной сферы бизнеса, что упростит запуск CRM-системы в компании.	Руководитель видит, над какими задачами в данный момент работают сотрудники, и когда они их решают. Предоставляется возможным собирать статистику по задачам в конце месяца и оформить всё это в виде удобной инфографики.
Простой бизнес	После регистрации 30 дней функциональность тарифа «Профи» бесплатно. После 30 дней «Профи» 2990 р./мес., «VIP» 4990 р./мес. или корпоративная версия 34990 р разово.	Есть, однако возможности ограничены 5 подключаемыми сотрудниками, малым объемом памяти и клиентской базой, а также слабой коммуникацией.	Функционален, но зависит от приложения на Windows.	Программа оптимальна для работы малого и среднего бизнеса.	Наглядная аналитика, модуль склада с аналитикой, движение финансов
Мегалан	Базовый тариф в облаке от 384 рублей в месяц за одного подключенного сотрудника при оплате на год, расширенный – 980 рублей в месяц при оплате на год. Базовая корпоративная версия CRM 45 000 рублей за 10 лицензий.	14 дней с незначительно ограниченной функциональностью	Есть необходимая функциональность, однако перегруженный UI/UX дизайн системы не позволяет пользователю сразу освоиться в системе, из-за чего сотрудник вынужден долго разбираться и проходить обучение.	Малый, средний, крупный бизнес. Отраслевые решения для: – производства; – сферы услуг; – строительства; – система для продаж.	Нельзя строить сложные отчеты: учет склада, перекрестный учет.
Microsoft Dynamics CRM	Цена за данный продукт составляет от 2000 руб. в месяц до 8000 руб. в месяц на одного пользователя.	Есть бесплатная версия, которая сильно ограничена по количеству пользователей системы и функциональности.	Есть большой спектр функциональности на различные сферы бизнеса, однако большая часть инструментов доступна в дорогих версиях системы.	Подходит только крупному бизнесу, так продукт имеет высокую стоимость для малого и среднего бизнеса.	Microsoft Dynamics CRM содержит большое количество аналитических инструментов, которые доступны в дорогих версиях системы.
«Inflow» (наш продукт)	Тариф в облаке составляет от 700 рублей в месяц за одного пользователя до 6000 рублей в месяц за одного пользователя в зависимости от выбранного продукта системы. Также предусмотрены тарифы для развёртывания системы на собственных мощностях. Цена составит от 450 рублей в месяц до 4700 рублей в месяц в зависимости от выбранного типа продукта.	Есть бесплатная версия, в которой доступны возможности по-code и low-code платформы, а также платформы бизнес-процессов и учёта. В то же время есть ограничение в 7 пользователей.	Есть большой спектр функциональности. Все базовые необходимые инструменты есть в недорогой версии, что делает Inflow подходящей для малого бизнеса. Однако есть и более продвинутые инструменты, которые содержатся в более дорогих версиях системы. Такой инструментарий нацелен больше на средний и крупный бизнес, а его стоимость является наиболее конкурентоспособной.	Подходит как малому, так и среднему, крупному бизнесу.	«Inflow» содержит необходимые аналитические инструменты как в недорогих, так и в дорогих версиях системы. Набор таких инструментов определяется в соответствии со сферой бизнеса и сегмента бизнеса.

Таблица 5

Преимущества и недостатки конкурентов и продукта «Inflow»

Название продукта	Преимущества	Недостатки
Bitrix24	– Большой выбор тарифов; – обмен данными с «1С»; – рейтинг клиентов для более качественной проработки заявок; – инструменты продаж через мессенджеры и социальные сети.	Система громоздкая для малого и среднего бизнеса, что вызывает сложности при подключении, инструменты для управления персоналом доступны только на максимальном тарифе.
Простой бизнес	– нет ограничений на количество сотрудников; – 5 версий CRM: для Windows, web, Mac OS, iOS и Android; – простая в использовании; – хорошо организована работа с клиентской базой; – оперативная техподдержка.	– нет интеграции с мессенджерами; – устаревший интерфейс; – отличие функциональности в веб-версии и десктоп клиенте; – мало пригодна для крупного бизнеса.
Мегаплан	Наличие мобильного приложения, помощь при подключении от квалифицированных специалистов, наличие API для подключения сторонних ресурсов.	Отсутствие воронки продаж в базовых тарифах, некоторые клиенты жалуются на проблемы при установке телефонии.
Microsoft Dynamix CRM	Наличие сервисов интеграций; наличие аналитических инструментов; гибкая настройка системы.	Очень высокая цена; отсутствие мобильного приложения; большая часть функциональности работает только на Windows; высокие расходы на обслуживание системы; из-за частичного ухода компании Microsoft с российского рынка новые продажи системы остановлены, однако поддержка текущих клиентов продолжается.
«Inflow» (наш продукт)	Наличие сервисов интеграции, гибких аналитических инструментов; no-code/low-code платформы, гибкой настройки системы; конкурентная стоимость продуктов.	Отсутствие мобильного приложения; в сравнении с конкурентами меньшее количество интеграций; отсутствие платного индивидуального сервиса поддержки (присутствует только стандартная поддержка).

Таблица 6

Оценка конкурентоспособности методом М. Портера

Параметр	Значение	Степень влияния	Описание
Влияние покупателей	9	Высокая	Высокая угроза потери потребителей из-за неудовлетворенности некоторыми характеристиками товара.
Влияние поставщиков	0		Угроза со стороны поставщиков отсутствует.
Угроза новых конкурентов	11	Средняя	Средний риск выхода новых конкурентов на рынок.
Угроза товаров-заменителей	3	Высокая	Существует большое количество аналогов, которые занимают высокую долю на рынке. Средние затраты на вход на рынок. Доступ к каналам распределения требует вложений.
Угроза внутриотраслевой конкуренции	7	Средняя	Высоко конкурентный и перспективный рынок. Есть возможность сравнения разных товаров. Есть ограничения в повышении цен.

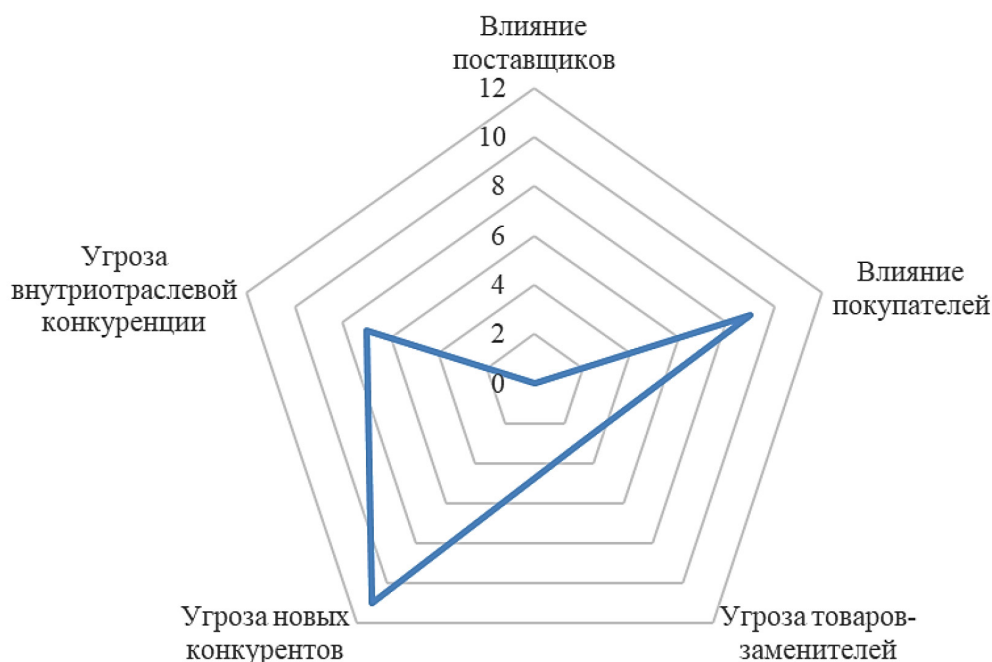


Рис. 5. Диаграмма оценки конкурентоспособности

На основании проведённого анализа можно выделить преимущества и недостатки конкурентов программного решения «Inflow» (табл. 5).

Анализируя данные была проведена оценка конкурентоспособности методом М. Портера (табл. 6).

На рисунке 5 представлена диаграмма оценки конкурентоспособности на основе данных, приведённых в таблице 6.

Выводы

Разработанная CRM-система «Inflow» – это современный инструмент управления бизнес-процессами, который позволяет сНа основании проведённого анализа можно выделить преимущества и недостатки конкурентов программного решения «Inflow» (табл. 5).

Анализируя данные была проведена оценка конкурентоспособности методом М. Портера (табл. 6).

оздавать и вести базу потенциальных клиентов, автоматизировать работы с ними, а также оперативно реагировать на изменения в бизнесе и на рынке. «Inflow» позволяет вести полноценные бизнес-отчёты по проектам, клиентам и контрагентам.

Решение «Inflow» обеспечивает высокую скорость обработки заявок, учёт и контроль обращений, в том числе и пропущенных. Платформа гарантирует структурированность и целостность данных. «Inflow» позволяет сотруднику компании оптимизировать рабочее время, которое уходит на рутинные задачи, сократив его до четырёх часов из восьмичасового рабочего дня. Для руководителей данный показатель составляет экономию до трёх часов. «Inflow» поможет руководителям повысить KPI подчинённых в 1.8 раза, а также повысить показатели продаж в 4.2 раза за первые 4 квартала.

Таким образом, результатом работы стала оценка конкурентоспособности отечественной разработки CRM-системы «Inflow». Потенциал проекта относительно велик, так как предлагаемое многофункциональное программное решение имеет стоимость ниже, чем у конкурентов, что позволит за короткое время нарастить большую клиентскую базу. Также немалую роль играет и тот факт, что многие крупные вендоры CRM-систем покинули российский рынок, что позволяет занять освободившуюся нишу другим разработчикам CRM-систем.

Библиографический список

1. Агапов О., Спиридонов Д. Основные принципы работы CRM. Ростов-н/Д.: Приоритет, 2020. 172 с.
2. Зиядинов Д.С., Зиядинов А.С. CRM-системы // Финансовые рынки и банки. 2022. № 11. С. 96-100.
3. Федотова Т.А., Чепурова И.Ф., Гладышева А.В., Яковлева Л.А. Система CRM в маркетинге отношений // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. 2019. Вып. 1. С. 153-157.
4. Захарова Т.И., Иванов А.А., Кокоулина О.П., Халиль И.А., Цимбалюк А.А. Сущность концепции управления взаимоотношениями с клиентами (CRM-системы) и ее роль в повышении эффективности деятельности в современных организациях // Инновации и инвестиции. 2021. № 6. С. 44-51.
5. Слесарёва Е.А., Смирнов Д.Е. Направления совершенствования аналитического функционала CRM-систем // Вестник Московского университета МВД России. 2017. № 2. С. 206-207.
6. Указ Президента РФ от 30.03.2022 №166 «О мерах по обеспечению технологической независимости и безопасности критической информационной инфраструктуры Российской Федерации».
7. Цифровая трансформация экономики: государство, бизнес, общество: монография / колл. авторов: под научн. ред. Н.П. Кононковой. М.: ТЕИС, 2019. 160 с.
8. Конягина М.Н. и др. Основы цифровой экономики: учебник и практикум для вузов. М.: Издательство «Юрайт», 2022. 235 с.
9. Приходченко О.С., Родионова И.Н., Чуваева Ю.А. Цифровые аспекты реализации региональной экономической политики // Управленческий учёт. 2023. № 11. С. 60-66.