

**СОВРЕМЕННЫЕ CRM-СИСТЕМЫ
В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ:
ОБЗОР РЫНКА БЕЛАРУСИ И ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН**

Кравцевич Глеб Андреевич

студент факультета ЭИС учреждения образования
«Брестский государственный технический университет»
(г. Брест, Беларусь)
krautsevich@gmail.com

Крамаренко Анна Константиновна

доцент кафедры БУАиА учреждения образования
«Брестский государственный технический университет»;
кандидат экономических наук, доцент
(г. Брест, Беларусь)
annakramarenko@yandex.by

Аннотация. Статья содержит анализ и сравнение функциональных особенностей CRM систем, используемых в Беларуси и за ее пределами.

Введение. Современные предприятия нуждаются в соответствующем программном обеспечении для бесперебойной работы. За последние годы растет и развивается рынок CRM-систем, и поэтому выбор подходящей CRM-платформы для организации значителен.

В работе сравниваются системы, используемые в Беларуси и за рубежом. Такое сравнение имеет большое значение для экономики регионов, так как позволяет компаниям сделать оптимальный выбор, определить практики и технологии, которые могут быть применены в местной экономике для повышения эффективности и прибыльности бизнеса.

Рассматриваемые нами современные CRM-системы обладают следующей функциональностью (см. таблицу):

Рассматриваемая функциональность CRM-систем

Направление	Характеристика
Управление контактами и клиентской базой данных	CRM-системы предоставляют инструменты для хранения и управления информацией о клиентах, включая контактную информацию, историю взаимодействия, предпочтения и т.д.

Направление	Характеристика
Управление продажами	CRM-системы позволяют отслеживать сделки, оценивать вероятность их заключения, контролировать стадии продаж, автоматизировать процессы продаж, создавать отчеты и анализировать результаты
Управление маркетингом	CRM-системы предоставляют инструменты для управления маркетинговыми кампаниями, отслеживания и анализа результатов, создания и отправки рассылок, управления рекламными бюджетами и т.д.
Управление задачами и проектами	CRM-системы позволяют управлять задачами, проектами и совместной работой внутри организации, определять сроки выполнения задач, назначать ответственных и отслеживать результаты
Управление коммуникациями	CRM-системы предоставляют инструменты для общения с клиентами и внутри организации, включая электронную почту, чаты, видеоконференции и т.д.
Анализ и отчетность	CRM-системы позволяют анализировать данные о клиентах и продажах, создавать отчеты и дашборды для управленческой отчетности и принятия решений
Интеграции	CRM-системы позволяют интегрироваться с другими приложениями и сервисами, такими как социальные сети, мессенджеры, системы управления рекламой и т.д.

К современным CRM-системам, используемых на рынке Беларуси, можно отнести:

Битрикс24. Представляет собой облачную CRM-систему, которая объединяет в себе множество инструментов для управления бизнес-процессами, коммуникаций и клиентскими отношениями. Битрикс24 включает в себя модули для управления продажами, маркетинга, управления проектами и задачами, социальной сети, чата и другие инструменты.

Salesap. Salesap – тоже облачная CRM-система. Она предназначена для управления продажами, управления клиентской базой данных и автоматизации бизнес-процессов. Salesap предоставляет комплекс инструментов для улучшения взаимодействия с клиентами и увеличения эффективности продаж.

Далее приведем выводы, полученные при сопоставлении современных CRM-систем, используемых в Беларуси:

CRM-системы продаются или только по подписке, или в обязательном порядке имеют облачную версию, здесь ее популярность со временем только растет. Преимуществами являются: низкие инвестиционные затраты, гибкие тарифы, отсутствие необходимости в покупке и обслу-

живании сервера и др. Среди недостатков – зависимость от качества интернета и работы провайдера.

Будучи изначально системой учета клиентов и заявок, CRM-система преобразуется в системы управления предприятием.

Сегодня в рентабельных компаниях расширяется внедрение BPM-систем. Они в той или иной степени заменяют функционал CRM-систем.

В качестве аналогов вышеперечисленных систем, нами были рассмотрены Salesforce и Microsoft Dynamics CRM-системы, разработанные в зарубежных странах:

Salesforce CRM. Salesforce CRM – тоже облачная платформа управления взаимоотношениями с клиентами (CRM). Она позволяет организациям управлять продажами, маркетингом, обслуживанием клиентов и аналитикой. Salesforce CRM разработана для обеспечения эффективного взаимодействия с клиентами, управления продажами и улучшения клиентского опыта.

Microsoft Dynamics CRM. Microsoft Dynamics CRM (Customer Relationship Management) – предназначен для управления отношениями с клиентами, включая в себя функции автоматизации продаж, маркетинга и обслуживания клиентов, а также анализа и прогнозирования продаж. Microsoft Dynamics CRM позволяет собирать и хранить информацию о клиентах, управлять коммуникациями с ними, управлять заказами и контрактами, а также проводить анализ эффективности продаж и маркетинга.

В результате можно выделить особенности зарубежных CRM-систем:

1. Поддержка работы на иностранном языке. Это может быть препятствием, в конечном итоге если пользователи не владеют иностранным языком на достаточном уровне, что может затруднить внедрение системы и получение необходимой помощи в работе с ней.

2. В зарубежных CRM-системах присутствует высокий уровень безопасности и защиты данных, что особенно важно при работе с конфиденциальной информацией.

3. Они способны работать с денежными единицами различных стран и налоговыми ставками, что делает их привлекательными для использования в компаниях, работающих на различных рынках (в разных странах и регионах).

4. Они имеют больше функциональных возможностей, что делает их полезными, но также сложными для освоения пользователями. Для

использования системы пользователи должны овладеть различными навыками, связанными с настройкой CRM-систем.

Рассматривая дальнейшее развитие CRM-систем в Беларуси, можно выделить, что необходимость модернизации систем возникнет при изменении требований клиентов и рынка. В соответствии с этим компании могут столкнуться с трудностями в удовлетворении потребностей своих клиентов и конкуренцией на рынке.

Наконец, необходимость изменений в CRM-системах может быть связана с такими техническими проблемами, как устаревание оборудования или программного обеспечения. В этом случае системы должны быть обновлены, чтобы избежать проблем с работоспособностью и безопасностью.

Однако на текущий момент CRM-системы, используемые Беларусии, находятся на достойном уровне и могут конкурировать с их зарубежными аналогами.

Сопряженными с внедрением CRM системы трудностями можно назвать:

1. Недостаток квалифицированных специалистов, которые могут эффективно реализовать и поддерживать CRM-системы;
2. Недостаточное понимание преимуществ CRM, их выгодных сторон, обосновывающих траты ресурсов на их внедрение;
3. Технические проблемы, такие, как несовместимость с другими IT-системами или нехватка оборудования и ресурсов для поддержки CRM-систем;
4. Опасение за безопасность и конфиденциальность данных клиентов, их утечки ведут к огромным потерям для бизнеса.

Заключение. В заключение отметим, что обзор рынка CRM-систем в деятельности коммерческих предприятий показал, что на современном этапе использование таких систем становится необходимостью для обеспечения эффективного управления взаимоотношениями с клиентами. В Беларуси и зарубежных странах существует множество CRM-решений различной сложности и функциональности, каждое из которых имеет свои преимущества и недостатки. При выборе оптимального решения необходимо учитывать потребности конкретного предприятия, его особенности и бюджет

Список литературы

1. Битрикс24 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bitrix24.by/>. – Дата доступа: 10.04.2023.

2. Microsoft Dynamics 365 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dynamics.microsoft.com/>. – Дата доступа: 07.04.2023.
3. Salesapp [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://salesap.ru/>. – Дата доступа: 05.04.2023.
4. Salesforce [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.salesforce.com/crm/>. – Дата доступа: 07.04.2023.

УДК 331.103

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ДВИЖЕНИЯ РАБОЧИХ МЕСТ

Маковская Наталья Владимировна

профессор кафедры экономики и управления учреждения образования
«Могилевский государственный университет имени А. А. Кулешова»;
доктор экономических наук, профессор
(г. Могилев, Беларусь)
maknata@mail.ru

Аннотация. Представлена краткая характеристика основных методологических подходов к анализу и оценке движения рабочих мест в национальных экономиках. Имеющиеся научные исследования и оценки сводятся к тому, что движение рабочих мест – это постоянный процесс, сопровождающий конъюнктурные циклы в экономиках всех стран.

В национальной экономике в течение календарного года создаются и ликвидируются рабочие места. Какое количество рабочих мест находится в таком обороте, какие факторы на эти процессы влияют, что будет следствием оборачиваемости рабочих мест, не является очевидными фактами, и требуют экономико-статистического анализа.

Следует понимать, что одни существующие организации наращивают свой трудовой потенциал, другие – сокращают. К этому процессу присоединяются вновь создаваемые организации (с полным набором рабочих мест) и те организации, которые прекращают свою деятельность (ликвидируют рабочие места). Общий итог этого – одновременное и непрерывное перемещение и работников, и рабочих мест между регионами, отраслями и предприятиями. Общая статистика ежегодного оборота рабочих мест и работников не является стандартной для разных экономик и разница в зависимости от социально-экономических, правовых и других национальных факторов. При этом активное создание рабочих мест не обязательно ведет к суммарному увеличению занятости;