

## Оглавление

Резюме .....	2
1. Исследование рынка .....	2
1.1. Обзор макроэкономики России .....	2
Динамика ВВП.....	2
Кризис мировых сырьевых рынков .....	3
Кризис потребительского спроса.....	3
Инфляция и курс рубля .....	4
1.2. Анализ строительной отрасли в России .....	5
1.3. Рыночный обзор ERP/CRM систем.....	9
Обзор мирового рынка .....	9
Обзор российского рынка .....	14
1.4. Основные тенденции и тренды на рынке ERP/CRM систем в России .....	17
1.5. Объем рынка (оценка по сегменту строительного ПО), структура предложения и сегментация рынка.....	22
1.6. Конкурентный анализ .....	25

## Резюме

### 1. Исследование рынка

#### 1.1. Обзор макроэкономики России

##### Динамика ВВП

В 2020 году во всей мировой экономике был очень непростой период. Кризис оказался довольно неожиданным для всех, коронавирус оказался тем самым «черным лебедем», к которому все были не готовы. Экономисты ожидали кризис лишь в 2021-м году, но случился он на год раньше.

В России, благодаря очень низкой экономической базе предыдущих лет, этот кризис оказался менее заметным. Так, реальная просадка ВВП в 2020 году в России составил лишь 3,1% (предварительная оценка Росстата), в то время как мировая экономика упала на 4,3% и это сильнейшее падение со времен великой депрессии 1929-1932 гг. Такое соотношение выглядит весьма внушительным. Для сравнения – в 2009 году мировая экономика просела лишь на 1,7%, тогда как российская рухнула на 7,8%. Нынешняя ситуация в российской экономике сравнима с состоянием застойной Японии – несмотря на экономический потенциал, экономика страны восходящего Солнца не растет вот уже почти три десятилетия подряд. В случае с Россией застой продолжается пока только второе десятилетие.

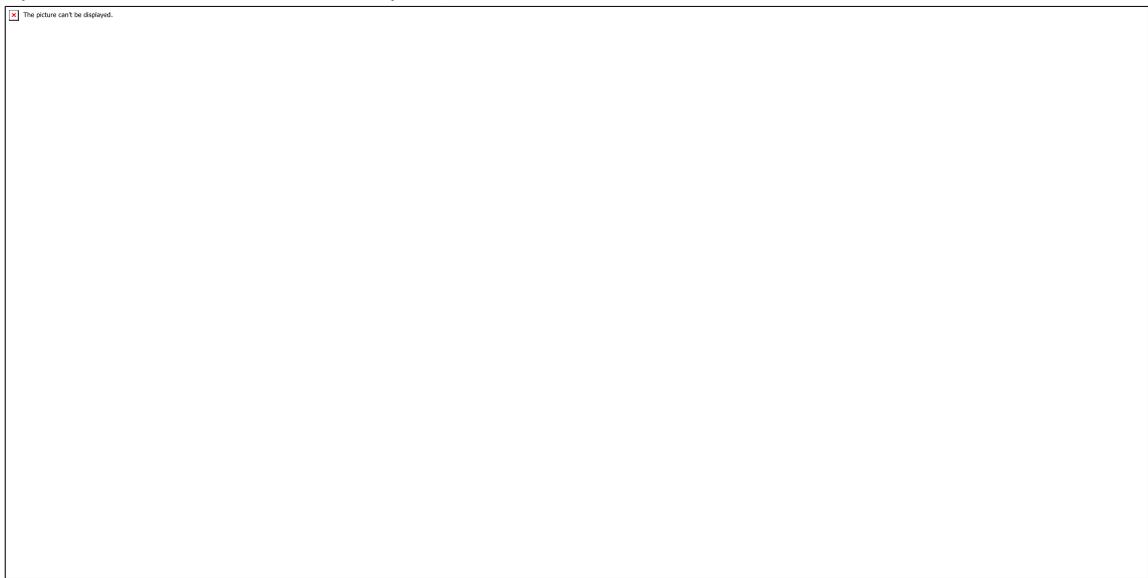
The picture can't be displayed.

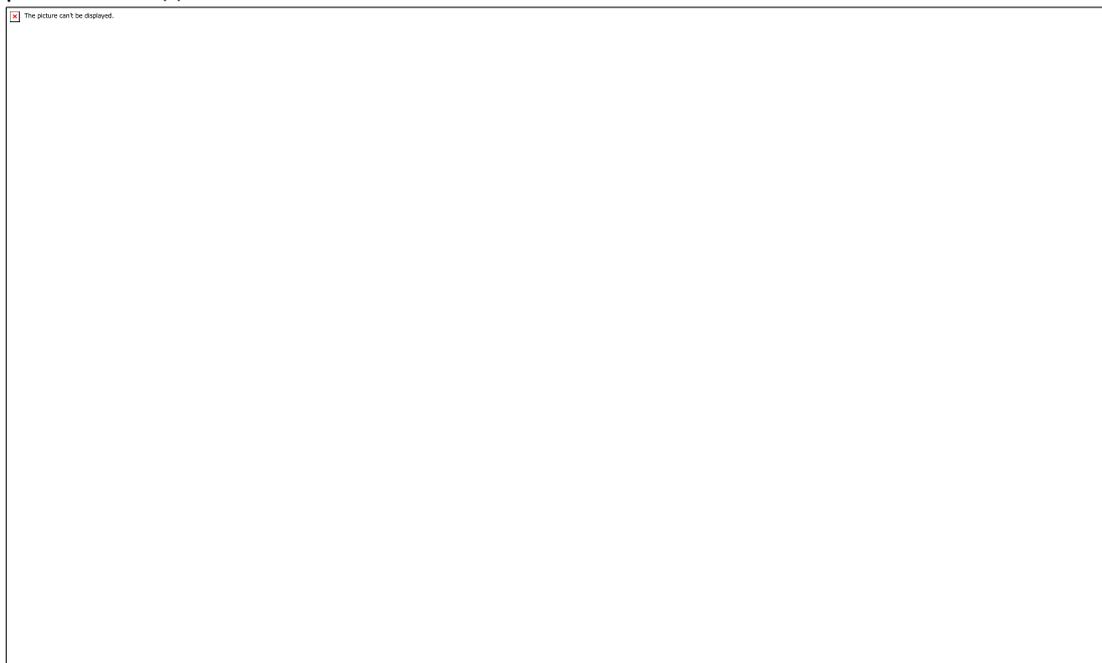
Диаграмма 1. ВВП России по данным Росстата в 2000-2020 гг.

На стагнацию ВВП повлияло много факторов, но ключевые из них два – падение цен на сырьевые товары в мире (завершение глобального сырьевого суперцикла) и снижение реальных располагаемых доходов населения в России и как следствие падение потребительского спроса (после кризиса 2009 года именно потребительский спрос был главным драйвером роста экономики в 2010-2013 гг.). В 2014 году ситуацию также усугубили антироссийские санкции ряда крупных стран.

## Кризис мировых сырьевых рынков

После сырьевого суперцикла в 1999-2008 гг., когда цены на многие сырьевые товары обновляли исторические максимумы, а быстрорастущие экономики в Азии и Латинской Америки повышали ежегодный спрос на сырье двузначными темпами, наступил сначала застойный спрос на сырье, а затем и вовсе сокращение спроса. Наиболее интересен в рамках анализа влияния на российскую экономику именно рынок нефти, поскольку нефть и газ были и до сих пор остаются главными статьями российского экспорта, а в 2000-2008 гг. нефтегазовый сектор был ключевым драйвером роста экономики.

Добыча нефти и газа в России росла с одновременным ростом цен на оба товара на мировых рынках. Общая добыча нефти в 2000-2008 гг. выросла в 1,5 раза – с 324 млн. тонн до 488 млн., добыча газа выросла менее значительно – лишь на 13,7% с 584 млрд. куб м до 664 млрд. При этом среднегодовая цена на нефть марки Urals за тот же период выросла в 2,6 раза до \$94,4 за баррель. Однако с 2009 года нефтяной сектор уже перестал быть поддерживающим экономику фактором, поскольку несмотря на довольно резкое восстановление цены в 2010 году, однако добыча уже не могла расти столь же высокими темпами что раньше из-за высокой базы. Более того, с 2014 года на мировом нефтяном рынке наблюдаются серьезные кризисные ситуации – так, цены за баррель заметно снизились, значительно ужесточилась конкуренция с производителями сланцевых энергоносителей, из-за чего крупнейшие нефтедобывающие страны вынуждены были даже пойти на сокращение добычи в рамках т.н. сделки «ОПЕК+».

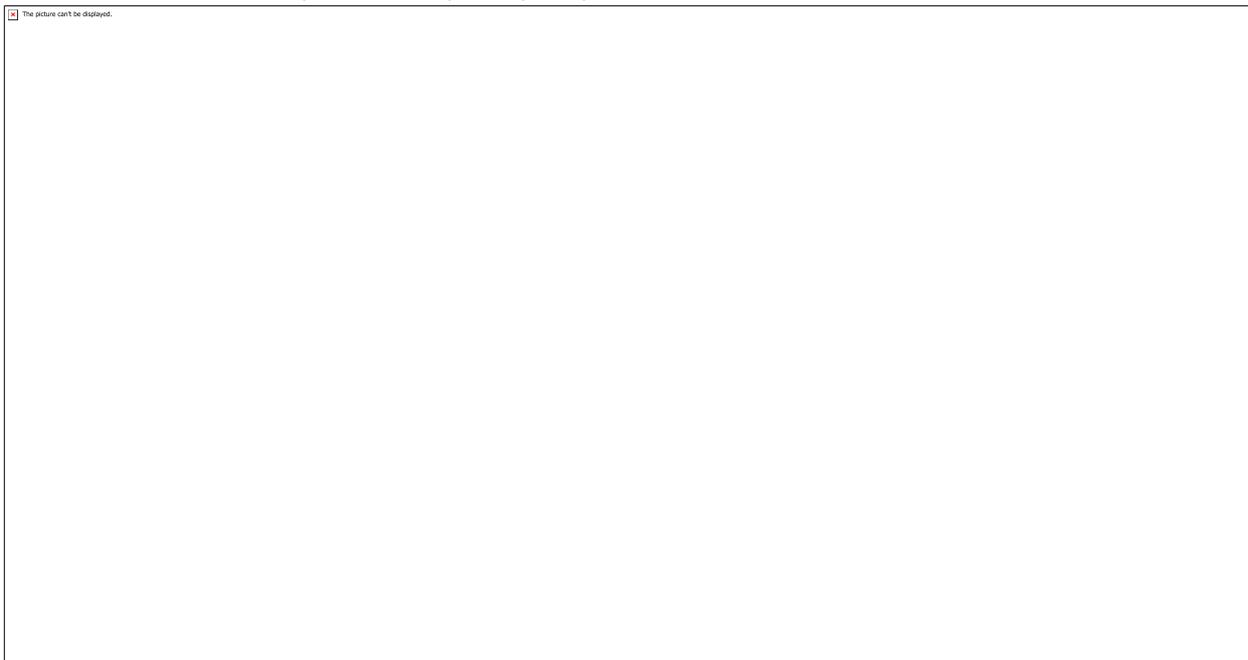


*Диаграмма 2. Показатели нефтегазового сектора в России в 2000-2020 гг.*

## Кризис потребительского спроса

Резкий рост экономики в 2000-2008 гг. позволил значительно нарастить доходы населения в России. Рост реальный располагаемых доходов россиян за этот период составил 95,7%, благодаря чему россияне стали со временем потреблять гораздо больше, о чем свидетельствует резкий в дальнейшем рост розничных продаж. Однако уже с 2008 года наблюдался резкий спад в темпах роста доходов россиян, а с 2014 года

и вовсе началось их планомерное падение. Это значительно давит на потребительский и в итоге приводит к кризису потребительской активности.



*Диаграмма 3. Реальные располагаемые доходы населения и индекс физического объема розничной торговли в России по данным Росстата в 2000-2020 гг.*

*\*с 2014 года по новой методологии подсчета*

### Инфляция и курс рубля

Курс российского рубля после дефолта 1998 года был довольно долгое время весьма стабильным, однако после перехода на свободный рыночный курс и последовавшего за ним девальвационного шока в 2014 году (валютный кризис декабря 2014 года) волатильность и неопределенность курса резко выросла. Это стало следствием не столько перехода на рыночное ценообразование российской валюты, сколько резким падением мировых цен на нефть и антироссийскими санкциями западных стран. Последствия этого кризиса были весьма тяжелыми для страны – курс рубля упал более чем в 2 раза, а суммарная инфляция за 2014-2016 гг. составила почти 30%. Из-за нестабильного курса национальной валюты сильно страдают импорто-ориентированные отрасли и потребительские рынки, в том числе и строительная отрасль.

Однако инфляция с тех пор демонстрирует заметные позитивные сдвиги. Так, ежегодный рост сократился с докризисных 6-8% до примерно 4% начиная с 2017 года (таргет Банка России). Тем не менее, такое заметное снижение инфляции скорее связано с крайне подавленным потребительским спросом, чем с резким ростом внутреннего производства потребительских товаров и усиления конкуренции. А в последние полгода, к сожалению, и в сфере инфляции также наблюдаются явные негативные тенденции. Так, в январе-феврале 2021 года суммарная накопленная инфляция составила 1,4%, что в годовом выражении составляет выше 5%, а это негативно сказывается на строительный сектор через падение спроса на жилье из-за снижения доходов населения и рост ипотечных ставок.

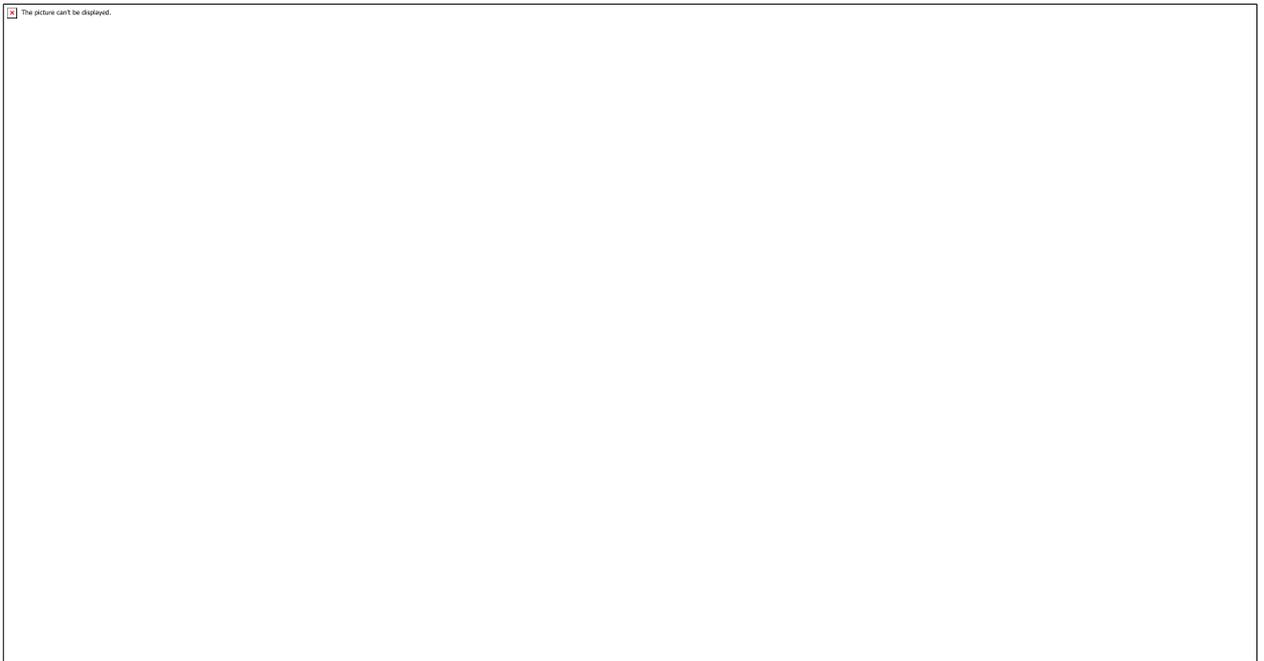


Диаграмма 4. Инфляция в России в годовом выражении по данным Росстата в 2000-2020 гг.

Published on TradingView.com, March 04, 2021 02:12:42 UTC

FX\_IDC:USDRUB, 1M 73.8120 ▲ +0.0140 (+0.02%) O:74.3601 H:74.9400 L:73.4037 C:73.8120



Картинка 1. Динамика пары USD/RUB на международном валютном рынке

## 1.2. Анализ строительной отрасли в России

Строительный сектор в России до сих пор переживает кризисные явления. Из-за резкого падения курса рубля в 2014 году значительно подорожали строительные материалы (очень многие из них импортные и завозятся из Китая, Европы и ряда

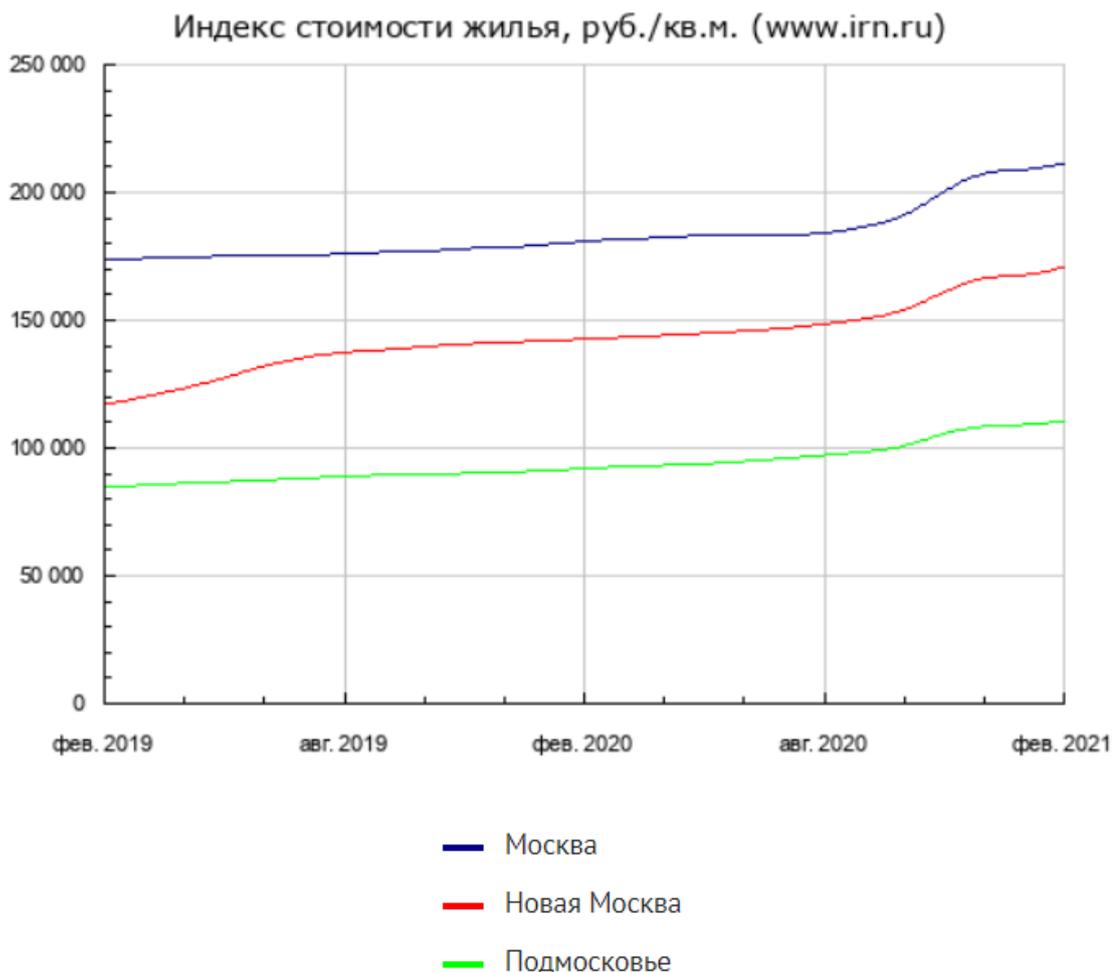
других стран), а также на долгое время кредиты были фактически недоступны большинству застройщиков из-за крайне высоких ставок (порой кредитные ставки даже для относительно надежных заемщиков превышали 20% годовых в рублях). Кроме того, доходы населения резко упали в 2014-2016 гг., из-за чего спрос на жилье серьезно сократился. Как следствие, строительный сектор России долгое время был в кризисном состоянии. В 2018 году началось некоторое оживление – объем фактически выполненных работ в постоянных ценах вырос на 6,3%, но вызвано это было разовым фактором: тогда Росстат пересчитал рост показателя после включения туда единоразового объема строительных работ компанией НОВАТЭК (после этого среди экономистов было очень много скептических комментариев на этот счет). Затем динамика отрасли вновь стала замедляться, а в 2020 году, на фоне коронавирусных ограничений и экономического кризиса, рост составил символическую 0,1%.

	Млрд. руб., в фактически действовавших ценах	В процентах, в сопоставимых ценах к предыдущему году
2000	503,8	113,5
2001	703,8	110,4
2002	831,0	102,9
2003	1042,7	112,8
2004	1313,6	110,1
2005	1754,4	113,2
2006	2350,8	118,1
2007	3293,3	118,2
2008	4528,1	112,8
2009	3998,3	86,8
2010	4454,1	105,0
2011	5140,3	105,1
2012	5714,1	102,5
2013	6019,5	100,1
2014	6125,2	97,7
2015 <sup>1)</sup>	7010,4	96,1
2016	7213,5	97,9
2017	7579,8	98,9
2018	8470,6	106,3
2019 <sup>2)</sup>	9132,2	102,1
2020	9490,0	100,1

Структура строительных работ в %	2017	2018	2019	2020
Строительство - всего	100	100	100	100
в том числе:				
строительство зданий	35,2	35,6	35,0	33,9
разработка строительных проектов	0,02	0,09	0,07	0,09
строительство жилых и нежилых зданий	35,1	35,5	34,9	33,8
строительство инженерных сооружений	40,4	41,0	40,3	41,1
строительство автомобильных дорог и	18,3	18,4	19,7	21,0

автомагистралей				
строительство железных дорог и метро	2,7	2,3	2,1	2,1
строительство мостов и тоннелей	4,0	3,2	1,7	2,0
строительство инженерных коммуникаций для водоснабжения и водоотведения, газоснабжения	8,8	9,1	8,5	7,2
строительство коммунальных объектов для обеспечения электроэнергией и телекоммуникациями	2,3	2,6	2,8	3,5
строительство водных сооружений	0,6	0,8	0,6	0,5
работы строительные специализированные	24,4	23,4	24,7	25,0
разборка и снос зданий, подготовка строительного участка	7,2	6,7	7,0	8,0
производство электромонтажных, санитарно-технических и прочих строительно-монтажных работ	9,1	9,0	9,1	9,2
работы строительные отделочные	0,7	0,6	0,4	0,5

В последние месяцы тренды на рынке недвижимости и строительном секторе довольно круто поменялись. После очередной волны девальвации рубля и подорожания импортных товаров, начали резко дорожать и товары длительного пользования для конечных потребителей, в том числе это касалось и недвижимости. В целом за 2020 год цены на недвижимость в России выросли больше чем на 10%, а например в московском регионе рост и вовсе превысил 15%. Фактором роста цены стал также и рост спроса на квартиры, тогда как рост объемов строительства жилья значительно запаздывал.



Так как из статистических данных становится очевидно, что количество вводимых зданий все время растет, то можно предположить и то, что количество строительных организаций и фирм, занимающихся подобной деятельностью, также увеличилось за отчетный период. И это действительно так, если рассматривать имеющуюся информацию:

- В 2005 году число строительных организаций по стране было 112.846. Из них 102.162 были представлены малым предпринимательством и микропредприятиями.
- К 2010 году их общая численность увеличилась до 196.234. Из них 186.195 были представлены малыми формами собственности.
- В 2014 году их число выросло до 226.838, из которых 217.968 были малыми организациями.
- В 2015 году их было уже 235.351 и соответственно 227.452 представлены небольшими предприятиями.
- К 2016 году их число достигло 271.604, включая 262.129 бизнеса малой формы собственности.
- В 2017 году было зарегистрировано уже 279.496 фирма из которых 262403 – малые строительные организации.

Однако, эта статистика во многом является ошибочной или как минимум не совсем объективной. Согласно данным ассоциации «Национальное объединение строителей» по состоянию на начало марта число действующих членов всех строительных СРО в России составляет лишь 134602 организации, из которых 3705 являются по форме ИП.

Иными словами, статистика Росстата не показывает объективную картину количества строительных компаний.

Исходя из всего сказанного выше можно лишь подтвердить первоначальный вывод – строительный сектор в России уже долгие годы находится в кризисе, а небольшое оживление в 2018 году было вызвано разовыми факторами. Но как ни странно, кризис вынуждает компании искать пути оптимизации расходов и автоматизации внутренних процессов. Т.е. иными словами – вынуждает искать пути думать об инновациях. В таких условиях лучше всего растет спрос на продукты ERP/CRM систем, которые позволяют значительно сократить издержки от излишней бюрократии и ускорить коммуникацию между сотрудниками, а также в целом увеличивают скорость протекания внутренних процессов в компании.

### 1.3. Рыночный обзор ERP/CRM систем

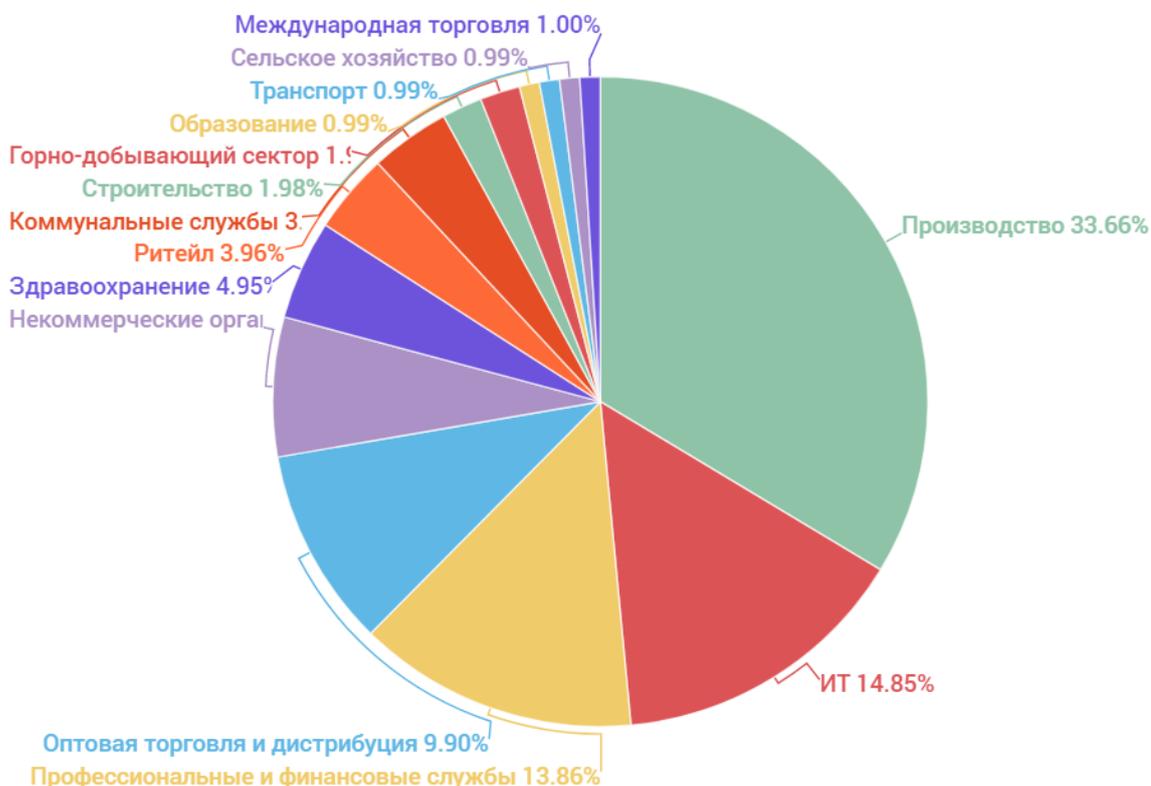
#### Обзор мирового рынка

Международная консалтинговая группа **Panorama Consulting Solutions** опубликовала итоги ежегодного исследования общемирового рынка ERP. Данные были собраны в 2019 году, но тенденции охватывают 2020 год. «СофтЭксперт» предлагает ознакомиться с переводом доклада (с некоторыми сокращениями).

В опросе приняли участие более **180 респондентов** со средним годовым доходом 1,9 миллиарда долларов и средним числом работников свыше 7000 человек.

Распределение по отраслям:

## В каких отраслях внедряют ERP?



Все ERP-системы авторы исследования делят на **4 большие группы** – 4 «яруса».

На **ярус I** находятся системы, спроектированные для бизнеса со средним годовым доходом в 750 миллионов долларов. Это системы, подходящие для разных отраслей бизнеса.

В верхней части **яруса II** располагаются системы, которые удовлетворяют потребности предприятий с доходом от 250 до 750 миллионов долларов.

Нижняя часть **яруса II** – это системы для предприятий с доходом от 10 до 250 миллионов долларов.

**Ярус III** – здесь сотни систем, обслуживающих меньшие по размеру организации.

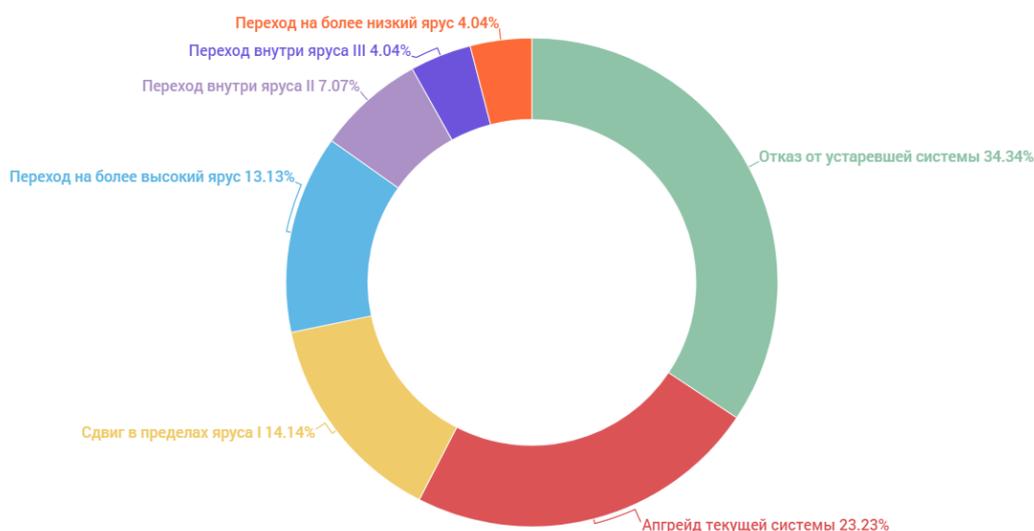
В докладе отмечается, что многие компании смотрят в будущее и занимаются планированием, поэтому ищут поставщика ERP-системы, который придерживается тех же взглядов. Выбирая ERP, компании нужно знать, какой функционал понадобится от системы **в ближайшие пять лет**.

Только имея четко выстроенную digital-стратегию и понимая цели бизнеса, компания может определить, подойдет ли ей тот или иной вендор ERP-систем в долгосрочной перспективе. Например, актуальны ли для поставщика такие тенденции как искусственный интеллект (AI) и интернет вещей (IoT) или в его дорожной карте такие понятия отсутствуют.

#### ОБЩИЕ СЦЕНАРИИ ВЫБОРА ERP

Поскольку организации растут, им нужны системы, которые также смогут быть масштабированы и поддерживать более сложные операции.

## Какие изменения ERP-системы происходят на предприятиях?



Многие организации решают сохранить свою текущую ERP-систему, просто сделав апгрейд.

Хотя обычно **апгрейд** – процесс менее дорогостоящий и долгосрочный по сравнению с внедрением ERP с нуля, на деле это не всегда лучший вариант. Например, если организация внесла существенные изменения в ERP, систему сложно будет обновить.

Еще одна причина, почему компании отказываются от доработки системы в пользу замены ее на новую – это то, что они связывают существующие у себя проблемы с текущим вендором, и уверены, что апгрейд не поможет.

Мы выяснили, что часто это заблуждение. Программное обеспечение далеко не всегда отвечает за болевые точки компании. Часто причина их существования — отсутствие **эффективного менеджмента**.

**Если организация обновляет свою систему, при этом концентрируясь и на переменных в менеджменте, ситуация у них улучшается.** Ведущие вендоры ERP вносят изменения в систему каждый год и, если организация обновляла свою систему год назад, то, возможно, она не получает тех функций, которые как раз и решают ее проблемы.

13 процентов из опрошенных организаций, как мы видим, переместились на более высокую ступень. Причины перехода на более высокий ярус те же, что у организаций, отказавшихся от устаревших систем: возможность получения объективных статистических данных, клиентский опыт, конкурентные преимущества.

#### **Удовлетворенность системами**

Многие компании внедряют ERP в надежде улучшить бизнес-процессы. Но часто всё заканчивается тем, что новое ERP-решение работает так же неэффективно, как предыдущая система. Наш опыт подсказывает, что неэффективность — основная причина неудовлетворенности ERP.

Когда клиенты просят инструкций по выбору программного обеспечения, мы советуем им искать возможности для улучшения процессов в целом, прежде чем приступить к замене системы. Это очень важно, потому что новая система не улучшит бизнес-процессы автоматически, — даже если организация перейдет от устаревшей к современной ERP-системе.

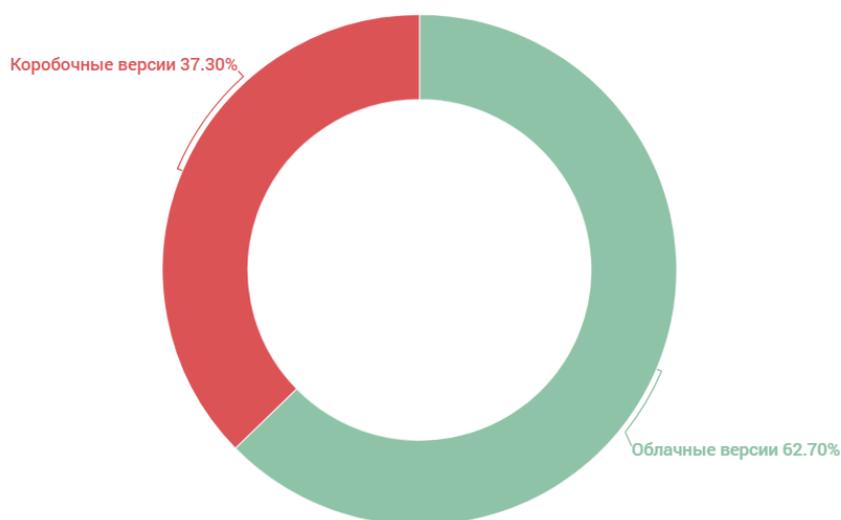
И, похоже, многие организации следуют этой рекомендации и **сосредоточены на улучшении процессов**, поскольку большинство из них удовлетворены выбором ERP-системы.

# Удовлетворенность внедрением ERP



ERP – облачные и коробочные версии

## Использование облачных и коробочных версий ERP



При выборе ERP мы советуем взвесить свои возможности и цели, потому что многие ERP в облаке имеют **больше сильных сторон** по сравнению с коробочными версиями.

Как мы видим, в 2019 году многие организации переходили в облако. Фактически многие средние компании, которые до этого пользовались устаревшими системами, сочли более выгодным в финансовом плане переход на облачные ERP. Вендоры предлагают различные решения — и облачные решения действительно выгоднее для организаций по цене.

#### **Почему организации не выбирают облачные ERP**

Среди организаций, которые не хотят использовать облачные ERP, самая частая причина отказа от них — **недостаток информации об этих продуктах**. Облачные системы — это относительно новый продукт в индустрии ERP, и организации пока изучают их особенности.

Наименее частая причина того, почему в 2019 году предпочитали коробочные версии, — это риск нарушения безопасности. В 2018 году эта причина была самой частой. Похоже организации стали понимать, как бдительны вендоры ERP в том, что касается безопасность данных. Мы выяснили, что вендорам действительно приходится быть бдительными, поскольку они знают, что ERP — частая цель для атак.

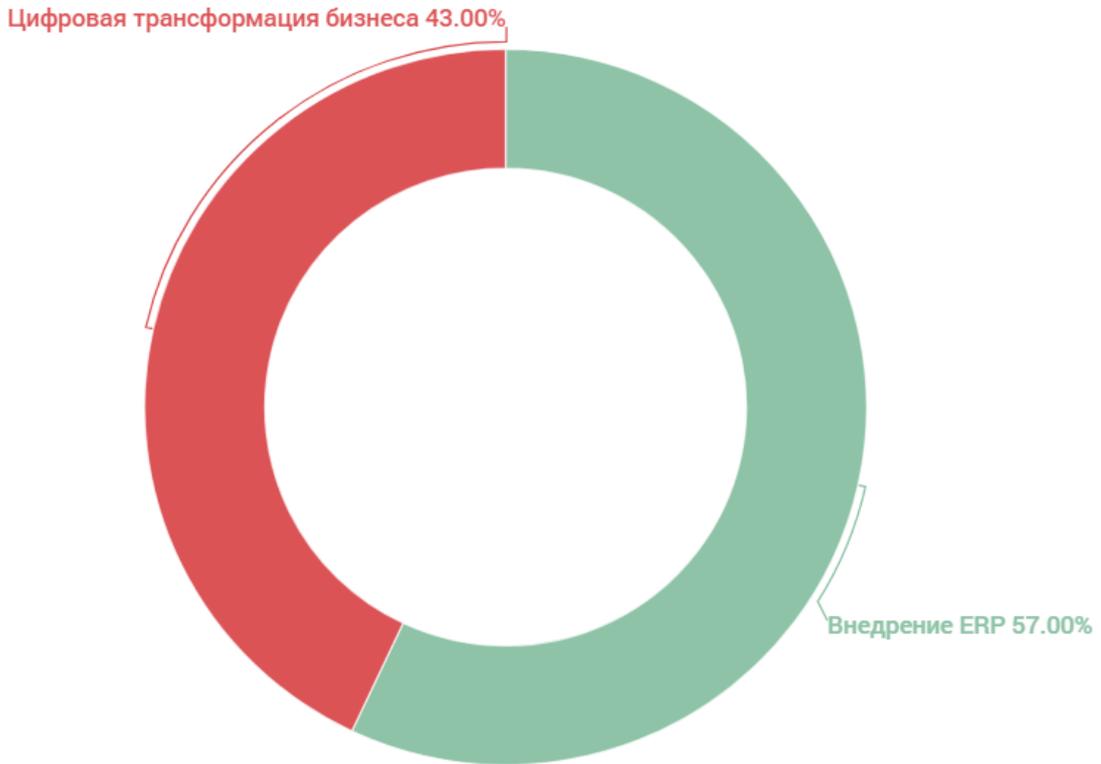
## **Почему организации не хотят внедрять ERP в облаке?**



#### **ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ БИЗНЕСА И ВНЕДРЕНИЕ ERP**

Меньше половины респондентов описывают свой проект как внедрение ERP, а не как цифровую трансформацию бизнеса.

## Как вы оцениваете внедрение ERP?



Большие и сложные организации часто стремятся к **цифровой трансформации**, в то время как большие, но не такие сложные – к **бизнес-оптимизации**. Digital-трансформация предполагает создание дорожной карты проекта, оценку текущего состояния дел, бизнес-дизайн, выбор ПО, планирование перед внедрением и само внедрение.

В случае с внедрением ERP проект может включать просто оценку текущего состояния, выбор и внедрение. Большинство организаций ближе именно к этому варианту потому что, по нашему опыту, большинство компаний не готовы менять всё и сразу.

Внедряя ERP-систему, компания должна иметь четкую цифровую стратегию. Цифровая стратегия координирует действия людей, процессы и новые технологии.

### Обзор российского рынка

Стабильный рост российского рынка ERP в последние пять лет позволяет строить оптимистичные прогнозы на будущее. Объем рынка в рублях ежегодно увеличивается в среднем на 10%. Разберем объективные факторы, которые подтверждают, что разработчикам ERP-систем будет где развернуться.

## Импортозамещение

К политике импортозамещения можно относиться как угодно, но для рынка ERP-систем этот тренд имеет значительные позитивные моменты. Если частные компании могут выбирать любого поставщика, то государственные и окологосударственные учреждения игнорировать курс, по которому идет страна, не могут.

Как отмечают эксперты рынка, многие заказчики стали хотя бы допускать возможность использования российских разработок в своих проектах. Изменилось отношение: если раньше отечественного ПО могли отказаться по причине того, что «у них хватает денег на покупку зарубежного продукта, априори более качественного», то теперь уже сравнивают функционал и удобство.

Также стоит отметить, что тренд импортозамещения совпал с активным развитием продукта 1С. Успешные кейсы и неплохой опыт в сложных проектах позволил заметно выделиться на фоне других российских ERP-систем. Популярность продукта подтвердили исследования IDC Russia: за 2017 год рост объемов продаж компании составил 30% в долларах и 13% в рублях.

В связи с политической обстановкой очевидно, что тренд импортозамещения продолжит влиять на решения бизнесменов при выборе поставщиков в пользу отечественных.



## Цифровизация бизнеса

Цифровизация российской экономики, на которой уже второй год делает акцент президент России, подталкивает бизнесменов к внедрению ПО управления предприятием. Программа цифровизации разработана до 2024 года, и на реализацию запланированных проектов выделено 2,676 трлн рублей. Для производственного бизнеса предоставляются целевые кредиты по сниженным ставкам на модернизацию технологий.

Бизнесмены и сами понимают выгоды от освоения цифровых технологий. Тот, кто быстрее начнет использовать новые инструменты в решении оперативных задач, успеет занять большую долю рынка и сможет устанавливать новые правила игры.

Развитие других технологий также открывает новые масштабы для развития ERP-продуктов. Например, популярные в последнее время чат-боты упростят взаимодействие конечных пользователей с системой. Интернет вещей предоставит возможность автоматически собирать данные с датчиков. Внедрение электронных подписей и документооборота перевернет представление о бухгалтерии и снизит уровень бюрократизации бизнеса. Технологии, которые компании применяют в работе, впоследствии будут объединены на одной платформе. Показатели эффективности работы станут прозрачнее и доступнее для исчислений.

### *Доступность решений*

В связи с активным развитием систем управления предприятием стали появляться более доступные предложения. Компании, которые не могли себе позволить дорогостоящий зарубежный продукт, внедряют технологии от российских разработчиков.

Приведем цифры для сравнения: стоимость пользовательской лицензии немецкой компании SAP в среднем составляет 192 тыс рублей, а российской 1С – 5 тыс рублей. Умножьте эти цифры на количество рабочих мест, прибавьте суммы из счетов за внедрение и сопровождение системы, консультационные услуги и обучение пользователей. Итоговый бюджет утяжеляет закупка оборудования для обеспечения работы систем.

Снизить расходы позволила интеграция ERP в облака. За счет аренды лицензии и оборудования примерить систему автоматизации и учета на бизнес стало проще и дешевле. Это открыло двери организациям, для которых важна низкая входная стоимость. Число компаний, предпочитающих модель аренды ERP в облаке, за последний год выросло на 30%.

«Системы ERP в облаке можно протестировать в боевых условиях без лишних трат. Если пойти по пути on-premise, то нужно настраивать все самостоятельно: покупать лицензии на серверную операционную систему, на SQL-сервер, на сам ERP-сервер. Плюс может случиться так, что придется апгрейдить оборудование. Все эти траты не оправданы, если вам нужно лишь оценить работу ERP-системы. Другое дело – виртуальный сервер. Стоимость операционной системы зачастую входит в стоимость его аренды. SQL-сервер также можно арендовать (как и многие другие лицензии), а потом, когда станет не нужен, отказаться. С покупными лицензиями так не сделать, поэтому они зачастую ложатся мертвым грузом, когда необходимость в них отпадает. Гибкость виртуальных серверов позволяет компаниям оценить систему ERP без затрат на оборудование и выбрать ту, которая лучше подойдет для управления предприятием на постоянной основе», – пояснил начальник отдела развития сервиса аренды инфраструктуры в облаке 1cloud Сергей Белкин.

### *Компетентность заказчиков*

Эксперты рынка утверждают, что стали меняться сами заказчики. В компаниях становится больше топ-менеджеров высшего звена с современным образованием. Они изначально видят бизнес-процессы, выстроенные на основе аналитики данных: меньше доверяют интуиции и личному опыту, при этом стремятся измерить и рассчитать эффективность компании.

Руководители новой волны понимают принципы работы с данными, не боятся технологий и поэтому с пониманием подходят к внедрению ERP-систем. Главное, они воспринимают ПО систем управления предприятием как инструмент, который поможет отладить бизнес-процессы, а не

кардинально их изменить. Благодаря изначально правильному подходу, интегрировать систему управления предприятием получается быстрее и экономичнее.

#### *Что в итоге*

Предприниматели осознают, что нужно быстро подстраиваться под скорость, с которой меняется деловая среда и сфера технологий. Правительственные программы подталкивают к изменениям даже консервативные компании страны. Производителям остается не терять времени зря в благоприятный для них период – совершенствовать свои ERP-системы и более активно продвигать услуги на рынке.

### 1.4. Основные тенденции и тренды на рынке ERP/CRM систем в России

CRM окончательно выйдет за рамки продаж

Разработчики CRM-систем продолжают выстраивать продвижение на базе тезисов вроде «внедрение CRM — это +50% к продажам», потому что в сознании пользователей укоренился паттерн ожидания роста продаж от CRM-системы. Однако это устаревшее понимание CRM: большинство систем уже давно стали универсальными решениями для сквозной автоматизации бизнеса, от секретаря до генерального директора, включая логистов, производственников, маркетологов и продавцов.

Сейчас сложились все предпосылки для того, чтобы бизнес осознал всю функциональную мощь CRM-систем. Есть несколько пунктов, которые хотелось бы «пробить» в 2020 и укоренить в сознании пользователей CRM-систем.

Бизнес-процессы необходимо автоматизировать в любой компании, вне зависимости от сферы деятельности и размера. Автоматизация рутины и четкое распределение этапов и ответственных экономят деньги компании и высвобождают трудовые ресурсы (которые, к слову, нужно не сокращать, а эффективно использовать).

CRM-система должна быть центром индивидуального и коллективного планирования, чтобы руководство и коллеги могли контролировать время внутри коллектива. И поверьте, планировщики в некоторых CRM-системах значительно круче, чем любимый всеми Гугл-календарь (и безопаснее!).

CRM должна восприниматься бизнесом не как инструмент продаж, а как инструмент безопасности, поскольку именно в ней хранятся записи обо всех клиентах (клиентская база), сделках и о большинстве транзакций. Немаловажна возможность назначения прав доступа для каждого сотрудника (которой редко пользуются, а зря). Вам не нужно устраивать охоту на ведьм и проверять каждого сотрудника — достаточно настроить меры безопасности для одной CRM-системы и руководитель бизнеса будет спать немного спокойнее.

Попробуйте взглянуть на CRM шире. Кстати, вы можете скачать мануал к нашей RegionSoft CRM и увидеть, на что способна отдельно взятая система — почти 400 страниц описания возможностей системы далеко не про одни продажи (прямая ссылка на скачивание без вирусов и прочего мусора). К 2020 году мы постарались создать систему со всеми важнейшими и, что важно, используемыми бизнес-функциями без AI и датчиков пульса. Мы — про бизнес.

## Малый бизнес погрузится в омниканальность

Буквально 3-5 лет назад основными каналами коммуникации бизнеса и клиентов были телефон (IP-телефония) и электронная почта. Сегодня дела обстоят иначе: клиенты и посетители сайта могут приходить из чата на сайте, Телеграма, чата на Яндексе и из социальных сетей (больше актуально для B2C). Перед CRM-системой как главным ПО для коммерческой деятельности компании стоит задача: собрать, обработать и сохранить информацию обо всех значимых диалогах. Это можно сделать отдельно для каждого канала, а можно, например, собирать всё в почте и в чате на сайте, и уже их интегрировать в CRM. Такое решение оптимально с точки зрения безопасности и организации данных: меньше внешних коннектов, ниже риск нестандартного взлома и проникновения в систему.

Омниканальность будет развиваться и дальше для того, чтобы клиент общался именно так, как удобно ему, а не так, как диктует ваше программное обеспечение. Почему вам выгодно задуматься об этом?

Вы не потеряете ни единого клиента и заинтересованного посетителя сайта.

У вас будет больше данных на первом этапе.

Перед вами открываются возможности рекламы, таргетированной на канал обращения (однако это весьма спорный тип рекламных сообщений, поэтому оцените, насколько для вас актуально и этично «бегать» за клиентом в фактически его личном пространстве). Вам будет легко найти общий язык с пользователями, которые избегают звонков и устного общения с продавцами, инженерами и поддержкой. К тому же, в процессе переписки у менеджеров компании больше времени на обдумывание своей части диалога, это значительно улучшает качество предоставления информации.

Аналитика — малому бизнесу в руки

Этому тренду много лет, он существует с момента создания самых первых CRM-систем, но тем не менее малый бизнес стал приходить к аналитике только сейчас. Такое запоздалое присоединение к тренду связано с двумя факторами: 1) бизнес не нуждался в аналитике и ставил перед собой главную задачу — продать; 2) не было массовой бизнес-культуры использования данных. Ситуация изменилась: 1) в условиях неценовой конкуренции глубокое знание каждого клиента реально обогащает; 2) аналитика пришла в малый бизнес с Яндекс.Метрикой и Google.Analytics — эти цифровые данные заставили малый бизнес задумываться над показателями, анализировать и меняться. Однако, увы, это пока не данность, а всего лишь тренд, и в 2020 году он продолжится.

Правильно внедрённая CRM — идеальная база знаний о каждом клиенте, и она предоставляет огромные возможности для впечатляющего сервиса и постпродажного обслуживания. А это деньги. Очевидно, что 2020 год не будет тихим и спокойным в плане экономической конъюнктуры, а значит, битва за каждого клиента обострится. Хотите выжить? Берите на вооружение аналитику в своей CRM-системе, результат будет довольно быстрым и радующим. Даже если вы будете не выстраивать супер системы аналитики, а спустя рукава поработаете с цифрами и сделаете выводы.

Комплексные услуги будут расти — увы

Скажу честно — нам этот тренд не по душе, но он зародился недавно и будет только расти. Сегодня появляются агрегаторы CRM-систем, которые просто продают, хостинг-провайдеры активно предлагают не просто хостинг, а VDS с CRM, 1С, офисом на борту. С точки зрения обычного менеджера, руководителя и бухгалтера — это прекрасно: быстро развернуть, никаких тебе договоров ИТС, оплата не ложится в капитальные затраты, всё делают какие-то сторонние админы, никакого напряжения. А главное, выгодно и работать нужно только с одной компанией. Это печальный тренд — и вот почему.

Риски не распределены: в случае технических или коммерческих проблем у хостинга вы потеряете сразу всё и обеспечите простой в работе, практически не зависящий от вас. В системах, предустановленных на удалённых серверах, часто есть ограничения на изменения конфигурации, настройки, расширение и т.д.

Абонентская плата за такие услуги (а это всегда абонентская плата) в совокупном размере очень быстро превзойдёт стоимость покупки лицензий ПО (CRM или того же 1С), цена владения будет весьма ощутимой, особенно для небольшой компании.

Вы никогда не сможете быть уверены в безопасности ваших данных и наличии актуальных бэкапов — ни факт атаки, ни человеческий фактор исключать не стоит.

Будьте осторожны, выбирая такие услуги.

Микро CRM — не всем, но надо

CRM-системы усложняются, становятся универсальными. Мы ведём непрерывную и активную разработку RegionSoft CRM много лет и на её примере видим этот рост. Именно поэтому пришлось разделять редакции и предлагать каждому бизнесу свой вариант (хотя всем особенно понравилась RegionSoft CRM Professional). Однако есть компании, которым не подходят даже младшие редакции CRM-систем, которые есть на рынке. Им всего-то и нужно: записать разовое обращение клиента, обзвонить, «провести» его к продаже и закрыть. Это микро и малый бизнес, который пока не готов платить за аналитику, первичку, сложные формы сделок, бизнес-процессы и всё остальное.

Для таких компаний нужны микро CRM — совсем простые облачные решения, которые могут решить базовые вопросы бизнеса без сложного внедрения, обучения и желательно недорого. Поэтому бизнес ищет простые CRM. Раньше мы не замечали эту потребность, потому что плотно работали с функциональной мощной CRM. Открытие пришло, когда мы выпустили нашу простую тикет-систему ZEDLine Support: клиенты проявили к ней интерес именно как к очень простой CRM (сделка как запрос, телефония, стоимость работ, статусы — этого части клиентов из малого и микро бизнеса вполне хватит).

Это хорошая тенденция: от такой «малой» автоматизации бизнес рано или поздно придёт к большой и сможет получать от неё то же самое, что и компании побольше, а значит расти на базе аналитики, работать с KPI, управлять бизнес-процессами. Один из лучших трендов, который мы заметили.

Low code — ловушка для менеджеров

В 2019 году в жизнь CRM-мира вернулось понятие low code. В принципе, это те же платформы, что были раньше, но наконец-то они обрели красивое маркетинговое имя. Дизайнер процессов с поддержкой нотации BPMN? — Да это ж low code! Визуальный UI-

редактор? — Low code. В общем, визуальный редактор бизнес-процессов в нашей RegionSoft CRM или настройка анкеты в тикет-системе ZEDLine Support — это всё low code. Кстати, есть ещё один синоним этого термина — NO-code.

Я уверен, что в 2020 эту тему продолжат развивать. К слову, если вы вдруг хотите увидеть настоящий low-code, посмотрите платформу Pega BPM, а заодно её ценник и оцените, способны ли ваши сотрудники совладать с этим low code. Местами легче выучить язык программирования :-)

Low code development подразумевает возможность менять информационную систему на стороне клиента без остановки рабочего процесса без использования программного кода (посредством визуальной «разработки»). Проще говоря, это та самая история, когда вендор продаёт CRM/ERP с мотивацией: «менеджеры могут сами модифицировать систему без навыков программирования». А вы в BPMN пытались построить что-то сложнее линейного процесса? А UML-диаграммы любите? Так вот, даже не каждый айтишник морально готов с этим возиться, не говоря уж об обычных менеджерах, для многих из которых ПО запускается «нажатием по пентаграммке 1С».

Почему low code — это не тот тренд, который вам нужен?

Чтобы справиться с конфигурацией low code менеджеру нужно знать как минимум логику (как предмет, а не как черту мышления) и иметь навыки работы с процессами. Проще говоря, low code разработчик должен мыслить именно как разработчик. Иначе потребуется много времени, чтобы наошибаться и освоить этот конструктор.

Вам будет мало «собрать» бизнес-процесс, отчёт или модуль — важно грамотно встроить его в логику системы, которую вы кастомизируете.

С высокой вероятностью вы попадёте на платную техническую поддержку вендора, потому что у вас возникнут вопросы о работе с low code платформой, а он с радостью на них ответит — за дополнительную плату.

Ваши сотрудники потратят рабочее время на изучение платформы и собственно «low code разработку», и это время будет потрачено в ущерб основным задачам. Проще потратить деньги на вендорские доработки и не отвлекать сотрудников от их должностных обязанностей. Даже если вы железно решили перейти на low code платформу, лучшим выходом будет нанять или выделить на работу с ней отдельного человека.

Платформа low code ни что иное как конструктор, в котором есть ограниченный набор кубиков, деталек, колёсиков и человечков. Если вы захотите сделать принципиально новую функцию, необходимую для ваших бизнес-требований, вам понадобится писать настоящий код (а скорее всего, обращаться к вендору).

Платформы имеют множество ограничений по интеграциям, API, работе с почтой и т.д. Вам придётся решать эти задачи за пределами возможностей low code.

Не исключаю, что платформы low code под определённым маркетинговым соусом окажутся живучим трендом для корпоративных CRM, но рассчитывать на них как на взрыв сверхновой или лекарство от всех болезней точно не стоит. Скорее всего, выгодный исход для небольших проектов без масштабирования и сложных бизнес-требований или, если смотреть на дорогие решения, для компаний, у которых есть деньги выпендриваться на штат разработчиков (конструкторов) для low code платформы.

Не плачь, Алиса, твоё время не пришло

В своём прогнозе на 2019 год мы предположили, что речевые технологии доберутся до CRM-систем, но в виде: «Алиса, позвони Сергею Михайлову из ООО «Исток». Прогноз сбился в худшем виде: речевые помощники, действительно, добрались до отечественных CRM-систем, но пока они могут только создавать задачи — это гораздо менее интеллектуальная задача, чем звонок по голосу. Ну а мы остаёмся при своём мнении: пока что голосовой помощник в CRM-системе это больше маркетинговая фишечка и баловство, горизонт бизнес-ценности не просматривается.

Фичи ради фичи будут удорожать CRM

В коммерческой среде IT-компаний можно встретить понятие бизнес-функции (полезная функциональность, которая попадает в релиз) и продуктовой фишки (не особо нужная фишня, которая легко скармливается аудитории в виде пресс-релизов и новостей на профильных сайтах). Например, конструктор бизнес-процессов или планировщик — это важная бизнес-функция, а измеритель пульса или шагомер в мобильной версии CRM — продуктовая фишка. В некоторых условиях такой фишкой могут оказаться AI, VR или геймификация — если они не применимы к бизнесу целевых клиентов. Увы, в 2018-2019 году случился буквально вал таких фишек: различные CRM начали предлагать маркетинговые функции (зато понятные!), призывать в партнёры именитых бизнес-тренеров, делать странные коллаборации. Всё это стоит денег для компаний и очевидно приводит к росту стоимости решения для конечного потребителя.

Такой подход станет трендовым, потому что он сильно облегчает коммерческие задачи, позволяет попадать в самые разные СМИ и при всей бессмысленности нравится потребителю. Поэтому совета не будет — просто помните, что за каждую фишечку, которая «улыбнула» или «хайпанула» заплатите именно вы. Ну нам не впервой — разве мы не платим с вами за такие штуки в гаджетах, приложениях и даже в средствах разработки? :-)

Облака продолжают рост. Риски тоже

Эйфория от удобства и доступности облачных технологий сменяется проблемами с безопасностью: на сохранность данных, конфигураций, облачной инфраструктуры всё активнее влияют внешние атаки, форс-мажоры и даже корпоративные разборки хостингов и ЦОД-ов. Таким образом, третья сторона, незримо присутствующая в бизнесе, который имеет облачное ПО в своей инфраструктуре, обретает вес и становится ощутимой и реальной угрозой для информационной безопасности компании.

Отказываться в 2020 году от облачных технологий как минимум странно, поэтому переходите к стратегии диверсификации рисков в информационной безопасности: держите 2-3 копии бэкапов на разных серверах, для хранения клиентской базы и базы сделок отдавайте предпочтение десктопным CRM (которые размещаются на вашем сервере), следите за безопасностью прав доступа. Если вам затруднительно с этим справиться, попросите настроить систему безопасности аутсорсинговую компанию или вашего приходящего сисадмина. Не экономьте на безопасности — в конечном итоге проблемы с ней обойдутся дороже.

Рейтинги продолжают врать

Увы, в 2019 году вышло как минимум два заказных исследования, которые присвоили CRM-система номер 1 или ведущую роль на рынке. Также вышло немало таких рейтингов и обзоров и была учреждена целая помпезная премия по раздаче слонов. Думается, этот тренд вернулся и останется живее всех живых. Кстати, мы писали, почему большинство рейтингов CRM врут. Так что тестируйте CRM, выбирайте сами, а не основывайтесь на информации, которая написана от мёртвых аккаунтов VK или выгодно «выкручена» очередным НИИЧАВО.

Есть ещё несколько специфических трендов, которые будут оказывать влияние на рынок CRM-систем в России: остаётся открытым вопрос искусственного интеллекта и его востребованности, рынок переполнен CRM-системами «одного дня», которые пробуют себя самостоятельно или в партнёрских сетях, схлопывание этих самых партнёрских сетей, низкий уровень автоматизации компаний (оценочно — в Москве около 8%, в регионах и того ниже), низкая осведомлённость пользователей и т.д. Но это не вот чтобы события-2020, скорее тренды, с которыми нам всем жить.

В целом, рынок CRM жив, компании проявляют интерес к автоматизации, понимают выгоды, ищут альтернативы, сравнивают, задумываются. Эта автоматизация всё больше похожа на потребность, а не на веяние моды или «потому что надо».

#### 1.5. Объем рынка (оценка по сегменту строительного ПО), структура предложения и сегментация рынка

Если проводить банальную оценку рынка по сегменту строительного ПО, то нынешний объем составляет не более 20% от потенциальной емкости. Согласно опросам, лишь 19-20% строительных компаний применяют в своей работе ERP/CRM системы – чаще всего речь идет о микропредприятиях с 1-3 сотрудниками (как правило это ИП), но есть также предприятия с десятками и даже сотнями сотрудников, которые до сих пор не применяют современное ПО и интернет-сервисы в своей работе. В России данный рынок стал развиваться значительно позже, чем в западных странах, из-за чего основные поставщики (вендоры) ERP/CRM систем в России – те же самые западные компании, такие как Microsoft, Oracle, SAP и др. Однако в последние годы, благодаря бурному развитию ИТ-сектора, российские поставщики активно обгоняют западных конкурентов, например, весьма популярны системы ///

В течение последних трех лет рынок отечественных ERP-решений демонстрирует бурный рост: только за 2017 год его объем вырос на 30%, а в 2018-ом году составил более 819 млн. долларов. В 2019 году динамика развития рынка ERP-систем в России немного упала, несмотря на появление новых вендоров: рынок вырос на 9,13% по сравнению с 2018 годом и составил 56,76 млрд. руб.

В первой половине 2020 года можно было наблюдать заметное снижение темпов роста рынка, обусловленное, прежде всего, пандемией коронавируса, отразившейся и на мировом, и на российском рынке. Эффектом появления ряда новых ограничений стало смещение акцентов в задачах компаний с оптимизации бизнес-процессов на сокращение затрат. Ввиду достаточно высоких цен на внедрение программных решений, это стало причиной переноса сроков и, как следствие, значительного сокращения проектов по внедрению – с 531 в 2013-ом году и до, примерно, 250 в 2019-ом, то есть более чем двукратного.

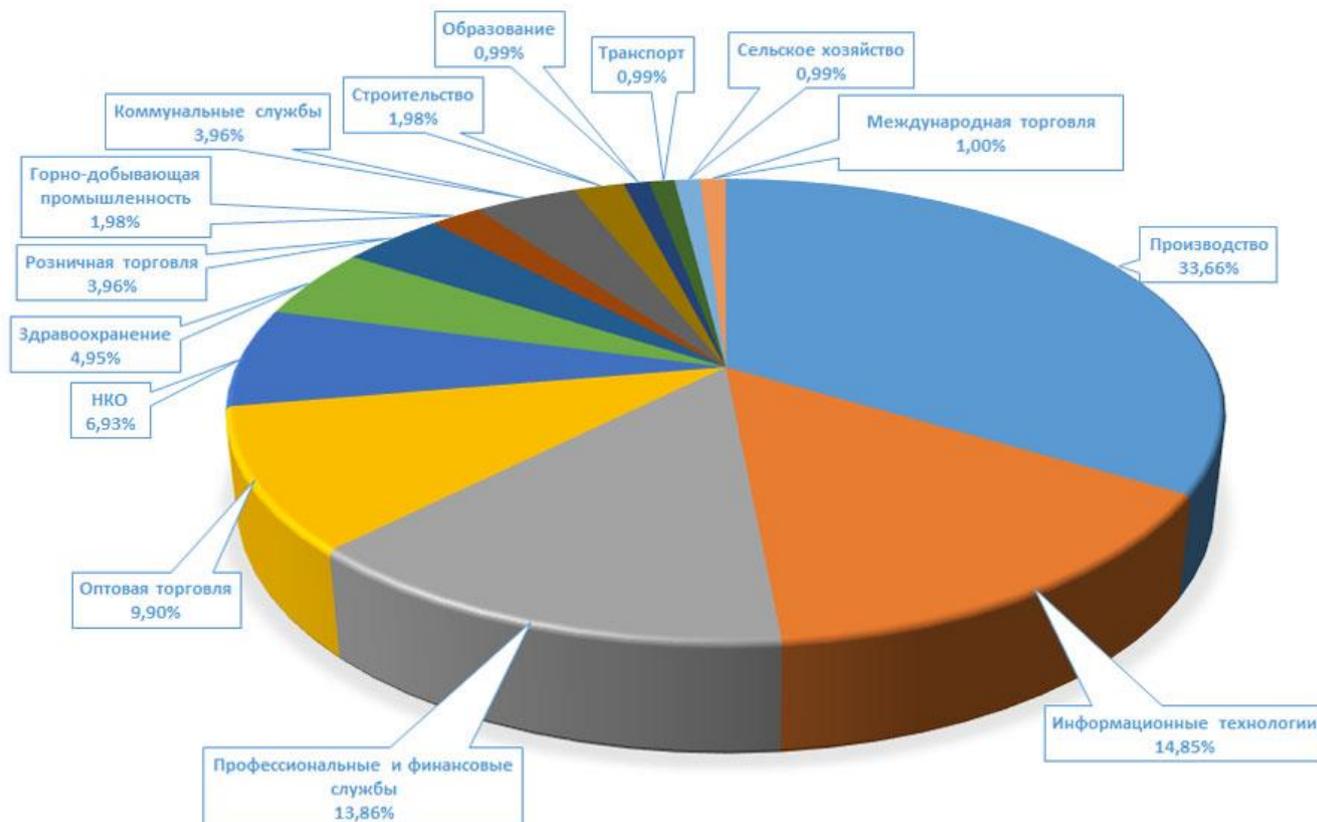
Российский рынок ERP в настоящее время является крайне насыщенным и диверсифицированным. По мнению экспертов, в последние годы наблюдается значительный рост интереса отечественных предприятий к российским ERP-системам. Объяснить такую тенденцию можно, в первую очередь, санкциями и взлетом цен на лицензии для иностранного ПО. Другой важной причиной стало то, что в конце 2016-го года сфера IT уже на государственном уровне была названа приоритетным направлением развития, что стало мощным катализатором процесса импортозамещения.

Среди крупнейших поставщиков ERP-систем на российском рынке первое место также занимает фирма///

///

Как видно из диаграммы, в число наиболее популярных российских поставщиков услуг автоматизации уходят 1С:ERP Управление предприятием и Галактика. Среди зарубежных лидерами по количеству внедрений являются Microsoft и SAP.

Если говорить о популярности ERP-систем по отраслям, то, согласно данным исследований на 2020 год, максимально востребованы они в сфере производства, на которое приходится более трети всех внедрений (33,66%). Вслед за производственной сферой идут информационные технологии с 14,85% и профессиональные и финансовые услуги (13,86%). На оптовую и розничную торговлю приходится около 9,9% и 3,96% соответственно.



Как показывают расчеты аналитиков, рынок уже несколько лет подряд сохраняет динамику своего развития, и даже появление новых игроков не внесло существенных изменений в конкурентную среду. Темпы роста рынка в 2019-ом году составили 9,13% по

сравнению с аналогичным предыдущим периодом, и его общий объем составил 56,76 млрд. рублей.

В первой половине 2020-го года, если сравнивать ее с первой половиной 2019-го года, можно было наблюдать некоторое сокращение как глобального, так и российского рынка, обусловленное негативным эффектом от пандемии. Фактор необходимости снижения затрат сыграл свою роль, и внедрение ERP-систем, являясь дорогостоящим проектом, многими компаниями было отложено на неопределенный срок.

Как следствие – число завершенных внедрений предсказуемо снизилось. Если за 2013-й год был реализован 531 проект по ERP, то в 2019-ом году количество упало более чем вдвое.

На российском рынке ERP-систем можно выделить 5 основных вендоров:. Лидирующую позицию по количеству реализуемых проектов в год занимает////  
Каждой из перечисленных систем присущи свои преимущества и недостатки, и потому, чтобы сделать обоснованный вывод, какая система лучше, следует детально рассмотреть каждую. Учитывая количество игроков на рынке и количество предлагаемых ими программных продуктов, ограничимся обзором флагманов.

## 1.6. Конкурентный анализ

Название ПО	ВЕБ-сайт	Функциональность (0-10)	Оценка веб-сайта (0-10)	Сервис (0-10)	Тарифы	Комментарии
<b>Сметные программы для коммерческого сегмента</b>						
		3	3	6	13-76 тыс. руб. в год	Очень слабо заполнен веб-сайт, есть служба поддержки, но работает только по будням с 10:00 до 17:00 МСК, есть виджет для общения с сотрудником на сайте, мало тарифных планов, нет описания программы, есть всего 3 тарифных плана с довольно широкой вилкой, единая версия программы для всех клиентов
		8	2	2	Разовые 300-2000 руб. Программы 9000-18000 руб.	Множество различных версий программы, высокая функциональность, есть своя база знаний, очень широкая вилка тарифов, широкий спектр услуг, очень слабый веб-сайт, отсутствует онлайн-консультирование, службы поддержки как таковой нет, телефон стандартный городской, работают только по будням, в целом сервис крайне слабый
<b>Сметные программы для «государственного» сегмента</b>						

	<b>ERP – системы со встроенной сметой</b>							
	<b>Значимые IT-продукты для DIY (не сметы, закупки материалов и логистика)</b>							

