

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ CRM-СИСТЕМ В РОССИЙСКОМ БИЗНЕСЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Аннотация. В представленной исследовательской работе осуществляется комплексный разбор современного состояния барьерных факторов и ключевых детерминант эволюции систем управления клиентскими взаимосвязями (CRM) в бизнес-среде Российской Федерации. Рассмотрение проводится через призму достижения рынком фазы практической зрелости, а также процессов суверенной цифровизации и импортозамещения. На основе репрезентативных статистических индикаторов проанализирована структура отечественного рынка CRM-технологий, достигшего объема 44,1 млрд рублей. Идентифицированы и систематизированы организационно-управленческие, интеграционные и нормативно-правовые препятствия, ограничивающие эффективность внедрения цифровых решений на предприятиях различного масштаба. Приведен сравнительный функциональный анализ ведущих отечественных программных продуктов. Сформулированы приоритетные векторы технологического прогресса, включающие интеграцию генеративных моделей искусственного интеллекта, переход на импортонезависимые системные стеки и построение бесшовных омниканальных экосистем.

Ключевые слова: CRM-платформы, управление взаимоотношениями с клиентами, цифровая трансформация бизнеса, импортозамещение в ИТ, искусственный интеллект, сквозная автоматизация продаж, Битрикс24, BPMSoft, 1C:CRM.

1. Введение

На современном этапе экономико-технологического развития цифровизация внутрикорпоративных процессов превратилась из фактора получения временных конкурентных преимуществ в фундаментальный критерий выживаемости и операционной стойкости коммерческих структур. Центральным элементом архитектоники коммерческого и сервисного контуров любой организации выступают специализированные системы управления взаимоотношениями с клиентами (Customer Relationship

Management, CRM). Масштабная структурная перестройка отечественного ИТ-сектора в течение последних нескольких лет сформировала принципиально новые институциональные и технологические условия для функционирования российских компаний. Первая волна экстренной замены иностранного программного обеспечения, спровоцированная уходом с рынка крупных международных разработчиков (Salesforce, SAP, Microsoft Dynamics, HubSpot), к настоящему времени успешно завершена. Рыночная конъюнктура перешла в категорию качественной зрелости: в качестве первичных критериев отбора программных платформ выступают не столько формальное присутствие в реестре отечественного ПО, сколько функциональная глубина, отказоустойчивость, соответствие строгим стандартам кибербезопасности и гибкость интеграции со смежными информационными системами.

Цель исследования: научно-практическая систематизация текущего состояния российского рынка CRM-систем, выявление ключевых проблемных зон их практического освоения в корпоративном секторе и обоснование наиболее перспективных направлений дальнейшей технологической трансформации данных платформ.

2. Состояние и динамика российского рынка CRM-систем

Согласно мониторинговым данным ведущих аналитических агентств (в частности, TAdviser и CNewsMarket), отечественный сегмент CRM-решений демонстрирует устойчивую позитивную динамику. По итогам 2025 года суммарный объем данного рынка достиг 44,1 млрд рублей, продемонстрировав прирост на уровне 25% в годовом исчислении. Согласно экспертным оценкам, в 2026 году ожидается сохранение восходящего тренда с выходом на показатели порядка 47–48 млрд рублей. Долевое присутствие отечественных программных продуктов в общем объеме новых корпоративных внедрений преодолело рубеж в 90%. При этом свыше трети российских предприятий, относящихся к категории малого, среднего и крупного предпринимательства, уже на регулярной основе применяют

специализированное CRM-ПО для автоматизации продаж и клиентского сервиса.

С точки зрения архитектурных особенностей и целевой аудитории на российском рынке сформировалась трехсегментная структура:

1. Массовые SaaS-платформы: ориентированы преимущественно на представителей малого и среднего бизнеса, предлагая богатый коробочный функционал out-of-the-box и быстрый запуск процессов (Битрикс24, amoCRM, Megaplan).

2. Корпоративные Enterprise-системы: кастомизируемые Low-Code/No-Code платформы для крупного бизнеса и холдингов с продвинутыми модулями управления бизнес-процессами BPM (BPMSoft, SimpleOne, SberCRM).

3. Отраслевые и специализированные модули: конфигурации с развитой нативной интеграцией с финансовыми, бухгалтерскими и складскими системами учетного контура (1С:CRM, 1С:Управление торговлей).

3. Сравнительный анализ ведущих отечественных

CRM-платформ Для объективного сопоставления функционального потенциала и сферы применения наиболее распространенных отечественных программных решений сформирована сравнительная матрица (таблица 1).

Таблица 1.-Сравнительная характеристика ключевых российских CRM-систем

Платформа	Целевая Аудитория	Функциональные преимущества	Совместимость с отечественным стеком / ИБ
Битрикс24	SME, Крупный Сектор (On-Premise)	Развитая экосистема (управление задачами, Совместные коммуникации, ИИ-ассистент CoPilot).	Поддержка Astra Linux, Postgres Pro, Enterprise-сертификация.

BPMSoft	Enterprise,Холдинговые Структуры	Гибкий Low-Code конструктор, моделирование и регламентация сложных BPM-процессов.	Полная адаптация под суверенную ИТ-инфраструктуру.
amoCRM	Малый и средний бизнес (SME)	Интуитивный интерфейс, специализация на воронках продаж, маркетплейс виджетов.	Облачная (SaaS) модель, дата-центры в РФ (ФЗ-152).
1C:CRM	Промышленно сть, Ритейл, Логистика	Бесшовная сквозная интеграция с учетно- финансовой платформой «1С:Предприятие».	Полный Импортонезависимый стек,поддержка СУБД ,PostgreSQL.

4. Проблемы и барьеры внедрения CRM-систем в РФ

Опыт реализации проектов цифровой трансформации показывает, что ключевые затруднения обусловлены не недостатками самого программного обеспечения, а факторами организационного, методического и человеческого порядка.

Выделяются три главные категории барьеров:

1. Организационно-поведенческий вектор

- Субъективное сопротивление линейного персонала и специалистов по продажам, воспринимающих ввод CRM как усиление тотального надзора, а не оптимизацию труда;
- Отсутствие стандартизации и низкий уровень регламентации базовых бизнес-процессов (автоматизация непрозрачных процедур ведет к масштабированию хаоса);
- Недостаток методологической подготовки руководящего звена среднего уровня в вопросах работы с клиентоориентированной аналитикой.

2. Технологическая и архитектурная интеграция

- Сложности синхронизации внедряемой CRM-системы с устаревшим наследуемым программным обеспечением (legacy-системами) и узкопрофильными сервисами;

- Трудоемкость процедур очистки, нормализации и бесшовного переноса массивных исторических данных при отказе от иностранных платформ.

3. Регуляторный контур и информационная безопасность

- Необходимость строжайшего соблюдения норм ФЗ № 152-ФЗ «О персональных данных» и ведомственных предписаний ФСТЭК России по защите информации;

- Рост интенсивности внешних киберугроз, требующий внедрения сертифицированных криптографических средств и регулярных аудитов безопасности.

5. Перспективы и направления развития CRM в России

Анализ векторов технологической трансформации позволяет выделить фундаментальные тренды, определяющие облик CRM-платформ ближайшего будущего:

1. Глубокая интеграция искусственного интеллекта и нейросетевых агентов: ИИ выступает главным катализатором развитости CRM. В настоящее время около 19,2% российских предприятий используют алгоритмы ИИ в операциях CRM. Наиболее популярные сценарии — автоскоринг лидов, автоматическая суммаризация и транскрибирование диалогов, генерация персональных предложений и предиктивное заполнение карточек.

2. Становление концепции Cross-CRM и омниканального CX: Эра точечных систем исключительно для отдела продаж завершается. Современная CRM эволюционирует в единый комплекс управления клиентским опытом (Customer Experience Management), интегрирующий продажи, маркетинг, техподдержку и складскую логистику.

3. Формирование полного импортонезависимого системного стека: Миграция инфраструктуры крупного бизнеса на отечественные ОС (Astra

Linux, RED OS), промышленную СУБД Postgres Pro, контейнеризацию и платформы виртуализации для защиты от внешних технологических рисков.

6. Заключение

Российский рынок CRM-платформ достиг фазы качественной зрелости. Проблемы, связанные с вынужденным уходом иностранных разработчиков, преодолены за счет активного развития отечественного софта и адаптации решений под корпоративные нужды. Ключевым фактором повышения отдачи от CRM-систем становится не просто установка ПО, а повышение зрелости внутренних процессов организации, управление изменениями и квалификация персонала. В долгосрочной перспективе лидирующие позиции займут компании, рассматривающие CRM как ключевой цифровой узловой центр своей экосистемы в комбинации с технологиями искусственного интеллекта.

Список литературы

1. Авдеева, И. Л. Цифровизация бизнес-процессов: тенденции и перспективы применения CRM-систем / И. Л. Авдеева, Т. А. Головина // Вопросы инновационной экономики. — 2024. — Т. 14, № 2. — С. 415–428.
2. Баранов, А. В. Анализ российского рынка CRM-систем в условиях импортозамещения / А. В. Баранов // Экономика и качество систем управления. — 2025. — № 1 (31). — С. 58–67.
3. Громов, И. С. Искусственный интеллект и машинное обучение в современных CRM-платформах: практический аспект / И. С. Громов // Прикладная информатика. — 2025. — Т. 20, № 3. — С. 89–98.
4. Зайцев, Е. П. Проблемы организационной адаптации персонала при внедрении корпоративных информационных систем / Е. П. Зайцев, Н. М. Соколова // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. — 2024. — Т. 13, № 4. — С. 32–39.
5. Официальный аналитический обзор рынка CRM-систем в России // Информационный портал TAdviser, 2025–2026.
6. Управление клиентским опытом и трансформация B2B-продаж в РФ: аналитический отчет CNews Market, 2025