

CRM-СИСТЕМИ ЯК ЗАСІБ АВТОМАТИЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ  
ТОРГОВЕЛЬНОГО БІЗНЕСУCRM-SYSTEMS AS A MEANS OF AUTOMATING BUSINESS PROCESSES  
IN THE TRADING BUSINESS

Стаття присвячена проблемам використання CRM-систем для ефективного ведення та автоматизації бізнес-процесів торговельного бізнесу. CRM означає «управління взаємовідносинами з клієнтами» і відноситься до всіх методів, інструментів і технологій, які використовують торговельний бізнес для розвитку, утримання і залучення клієнтів. Проаналізовано основні функції, які виконує така CRM-система, розглянуто основні модулі системи, переваги та недоліки у використанні таких систем. Проведений аналіз рейтингу CRM-систем для автоматизації бізнес-процесів торговельного бізнесу. Дослідження виявило, що серед CRM-систем лідером опитування у 2023 році став програмний засіб SalesDrive. За висновками експертів, SalesDrive якісна, проста у використанні та налаштуванні українська розробка, має модулі інтеграції з іншими сервісами та інтернет-ресурсами, та орієнтована на потреби інтернет-магазинів та інших торговельних компаній. Досліджено основні етапи впровадження CRM-систем.

**Ключові слова:** CRM-система, бізнес-процес, торговельний бізнес, автоматизація, інтеграція.

The article is devoted to the problems of using CRM-systems for efficient trading business and automation of business processes. The article describes the sequence of business processes for the Rozetka marketplace that can be automated by CRM systems. CRM stands for Customer Relationship Management and refers to all the methods, tools, and technologies used by a retail business to develop, retain, and attract customers. The main functions performed by such a CRM-system are analyzed, the main modules of the system, advantages and disadvantages of using such systems are considered. An analysis of the rating of CRM-systems for automating business processes in the trading business was conducted. The study found that among CRM-systems, the leader of the survey in 2023 was the SalesDrive software. According to experts, SalesDrive is a high-quality, easy-to-use and customizable Ukrainian development that has integration modules with other services and online resources and is focused on the needs of online stores and other trading companies. The SalesDrive CRM-system was implemented in the educational process of Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy, and a laboratory work was set up as part of the students' study of information technology disciplines. A study of the main stages of CRM-system implementation was conducted: analysis of the company's needs and goals, selection of a CRM system, implementation of the selected CRM-system in the company, and training of employees to work with the CRM-system. Before finally choosing a particular CRM, you should also order a presentation of the system with a demonstration of the CRM-system's functionality or try to install a free trial version of the system. CRM-systems play a key role in the modern business world, and primarily in the retail sector, helping businesses automate business processes, improve customer relations, increase sales, and increase efficiency. The benefits of using CRM systems are very significant and can significantly increase the competitiveness of any trading company.

**Key words:** CRM-system, business process, trading business, automation, integration.

УДК 681.518:658

DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.10-1>

**Гадецька З.М.**

к.т.н., доцент,  
доцент кафедри моделювання  
економіки і бізнесу,  
Черкаський національний університет  
ім. Богдана Хмельницького

**Nadetska Zoya**

Bohdan Khmelnytsky National University  
of Cherkasy

**Постановка проблеми.** Сьогодення диктує нові правила та надає нові можливості для ведення торговельного бізнесу. Впровадження CRM-систем на підприємствах сфери торгівлі вже стає необхідністю та надає можливість покращити основні бізнес-процеси в компаніях. Звичайні офісні додатки вже не справляються з тими багатьма задачами, які при цьому виникають і які оперативно вирішують CRM-системи. Ці програмні засоби можуть бути використані в торговельному бізнесі і як маркетинговий інструмент, так і як інструмент для збільшення продажів компанії; як ефективний інструмент підвищення рівня виконання завдань співробітниками компанії, так і як інструмент для контролю цих завдань; як ефективний інструмент для ведення клієнтської бази даних так і для покращення взаємовідносин з клієнтами.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблема використання CRM-систем для ефективного ведення торговельного бізнесу та автоматизації бізнес-процесів присвячені праці

таких вітчизняних вчених, як: О.Б. Білоцерківський [1], Т.В. Янчук, О.Ю. Боєнко [2], В.М. Островерхов, Д.О. Гордієнко, Л.М. Ганущак-Єфіменко, Н.П. Юрчук, Н.В. Бутенко [3].

Однак єдиного підходу до впровадження CRM-систем в торговельному бізнесі не існує. Тому це питання потребує додаткових досліджень у контексті щодо більш детального вивчення питань вибору, впровадження та використання такого програмного забезпечення з метою автоматизації бізнес-процесів.

**Формулювання цілей статті.** Мета статті полягає у дослідженні такого інструментарію для ведення торговельного бізнесу та автоматизації бізнес-процесів підприємств цієї сфери діяльності, як CRM-системи.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Питання автоматизації бізнес-процесів є дуже на сьогодні актуальним та програмне забезпечення цього напрямку дуже користується попитом на ринку інформаційних послуг. Найбільш популярним серед цього напрямку програмного

забезпечення є CRM-системи. CRM-системи – це програмні комплекси, які дозволяють автоматизувати процеси управління взаємодією з клієнтами, зберігати інформацію про клієнтську базу даних і покращувати ефективність обслуговування клієнтів.

В різних джерелах надається різні визначення цього терміну. Зокрема в [4] термін CRM розшифровується як Customer Relationship Management, що означає «управління взаємовідносинами з клієнтами» і відноситься до всіх стратегій, методів, інструментів і технологій, які використовує торговельний бізнес для розвитку, утримання і залучення клієнтів. Customer Relationship Management - це особливий підхід до ведення бізнесу, що орієнтований на клієнта.

Інший підхід [5] визначає «CRM-систему – як рішення, що призначене для управління роботою з наявними та потенційними замовниками. Такий програмний продукт об'єднує всі необхідні інструменти для роботи з клієнтами і збільшення продажів».

Історія розробки та впроваджень CRM-систем розпочалась ще з 1995 року, коли на світ з'явилася перша комерційна CRM-система – Siebel Systems, яка була орієнтована на автоматизацію підприємств середнього та великого бізнесу. Пізніше на ринку з'явилися програмні продукти таких компаній, як Microsoft, Salesforce, Oracle, SAP. Сьогодні CRM-системи досить широко використовується як великими так і невеликими торговельними компаніями для залучення та утримання клієнтів. Але це може бути також зручним інструментом і для індивідуальних підприємців, які працюють на себе в цій сфері і змушені поєднувати декілька посад одночасно. Інакше росту бізнесу, масштабування не буде відбуватись.

Особливо актуально впровадження CRM-систем для автоматизації бізнес-процесів в інтернет-торгівлі, яка займає значну частку торговельного ринку. «На даний момент 87% покупців вивчають інформацію в інтернеті, перш ніж зробити покупку. А за словами Nasdaq, до 2040 і зовсім 95% всіх продажів (незалежно від їх типу) відбуватимуться он-лайн» [6].

Впровадження CRM-систем в e-commerce дозволяє відслідковувати всі продажі в єдиній базі даних та продавати товари на різних торговельних площадках, сайтах інтернет-магазинів, лендінгів чи в соціальних мережах. Для прикладу, на рисунку 1 представлено опис послідовності бізнес-процесів для маркетплейсу Розетка, які також можна автоматизувати засобами CRM-систем.

Проведене дослідження показало, що в 2023 році 83,7% користувачів e-commerce вже активно використовували в своїй роботі CRM-системи [7]. А Інтернет-бізнес без CRM призводить до нестабільності показників продажу та купи помилок в обробці замовлень.

Як правильно вибрати CRM-систему для бізнесу, це дійсно важливе і непросте завдання. Річ у тім, що для цього потрібно буде заплатити за використання цього інструменту, впровадити його і навчити співробітників. На рисунку 2 зображено основні етапи впровадження CRM-систем.

Для вирішення цього питання сьогодні на ринку програмного забезпечення України для вибору представлено багато якісних CRM-систем українського та зарубіжного виробництва, серед яких торговельним компаніям та приватним підприємцям необхідно та складно обирати зручну та просту в користуванні систему саме для себе. Для цього було проведено більш детальне дослідження цього питання.

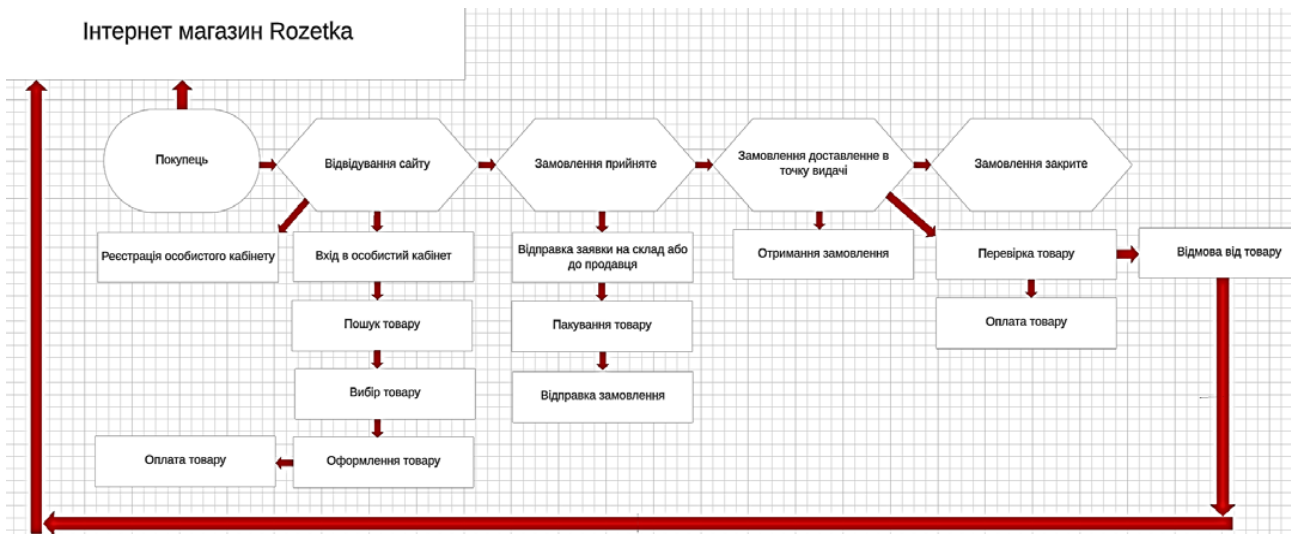
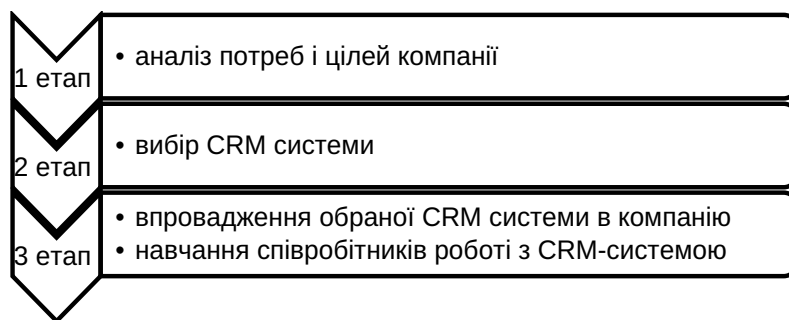


Рис. 1. Бізнес-процеси для маркетплейсу Розетка

Джерело: побудовано автором



**Рис. 2. Основні етапи впровадження CRM-системи**

*Джерело: побудовано автором*

При виборі CRM-систем, треба враховувати, що незважаючи на незначні відмінності, більшість CRM-систем мають набір обов'язкових функцій. До їх числа відносяться: модуль обліку замовників; модуль управління продажами; управління поточними завданнями; автоматизація бізнес-процесів; аналітика та створення звітності. Також в більшості систем передбачена можливість інтеграції з сайтом компанії, поштою, IP-телефонією і інтеграція з іншими програмами, наприклад, BAS або мобільним додатком [5].

Але представлені на українському ринку програмного забезпечення CRM-системи також можуть і різнитись за сферою призначення та функціональними модулями. Як правильно обрати оптимальне рішення саме для торговельного підприємства. При цьому необхідно: дослідити поточний стан бізнес-процесів підприємства; визначитись – які процеси необхідно автоматизувати; після визначитись із набором функціональних модулів системи; визначитись із бюджетом на придбання системи; оцінити технічні можливості щодо впровадження; окреслити ролі та функції персоналу по роботі із системою; оцінити надійність та масштабованість системи; оцінити безпеку доступу до бази даних; обрати тип ліцензії (хмарні або коробкові); оцінити можливість інтеграції з іншим програмним забезпеченням, що вже встановлено та використовується; оцінити зручність інтерфейсу системи. Як видно, із рисунку 3, серед найважливіших функцій, при виборі CRM, опитані торговельні компанії назвали: автоматизовану передачу замовлень із сайту в CRM – 85,6%; можливість ведення історії замовлень клієнтів – 72% та об'єднання замовлень з різних каналів продажу в одному місці – 71,6% та ін. [7].

Перш ніж остаточно зупинити свій вибір на конкретній CRM, також необхідно замовити презентацію системи з демонстрацією функціоналу CRM-системи. Як що це не можливо, то можна спробувати встановити безкоштовну пробну версію системи, на якій можна перевірити функціонал та зручність в роботі.

Але при всьому тому будь-яке програмне забезпечення має і ряд недоліків, це стосується також і впровадження CRM-систем. Серед недоліків впровадження можна назвати: значні витрати на придбання, впровадження та навчання персоналу; складність інтеграції з іншим програмним забезпеченням; інколи значний період впровадження.

Проведене дослідження рейтингів CRM-систем для торговельного бізнесу на інформаційному ринку на базі джерела [7] показало, що «серед CRM-систем лідером опитування у 2023 році став програмний засіб SalesDrive – продукт майже вдвічі випередив KeyCRM, який посів друге місце за популярністю. Серед трійки в рейтингу також є KeerInCRM. При цьому дослідження показало, що кількість користувачів CRM-систем російського виробництва значно скоротилась у порівнянні із попередніми роками, і зараз лише складає – 5,2%. Дослідження [8] також показало, що значну частку голосів отримали CRM, які використовуються в різних сегментах бізнесу (TradeEvo, PipeDrive, Perfectum, Odoo, Dilovod, Creatio).

Необхідно також наголосити на можливість комплексної автоматизації торговельного підприємства лінійкою сучасного програмного забезпечення польського виробництва BAS – BAS ERP і BAS КУП. Ці програми включають в себе не тільки модуль CRM, але і інші функціональні модулі для комплексної автоматизації підприємства.

Як видно із рейтингу CRM-систем [7] системою SalesDrive користується більше третини користувачів, які відмічають такі позитивні переваги програмного засобу, як простоту у використанні та налаштуванні, можливість поділити клієнтів на категорії, інтеграцію з інструментами для SMS розсилок, з соціальними мережами, електронною поштою, месенджерами, маркетплейсами та телефонією; наявність потужного блоку із звітності та аналітики та інші переваги [9].

За висновками експертів [7] – це дуже якісна 100% українська розробка, рішення адаптоване для потреб інтернет-магазинів та інших

торгівельних компаній, які працюють на українському ринку.

Враховуючи те, що система має безкоштовну пробну 14-версію, автором статті CRM-система SalesDrive була впроваджена у навчальний процес. Були розроблені завдання до лабораторної роботи (рис. 4), в рамках вивчення студен-

тами Черкаського національного університету ім. Богдана Хмельницького таких начальних курсів як «Інформаційні системи в професійній освіті», який викладається на 1 курсі магістратури для спеціальності «Економіка» та курсу «Прикладне програмне забезпечення в маркетингу», який викладається на 4 курсі бакалаврату для спеціальності

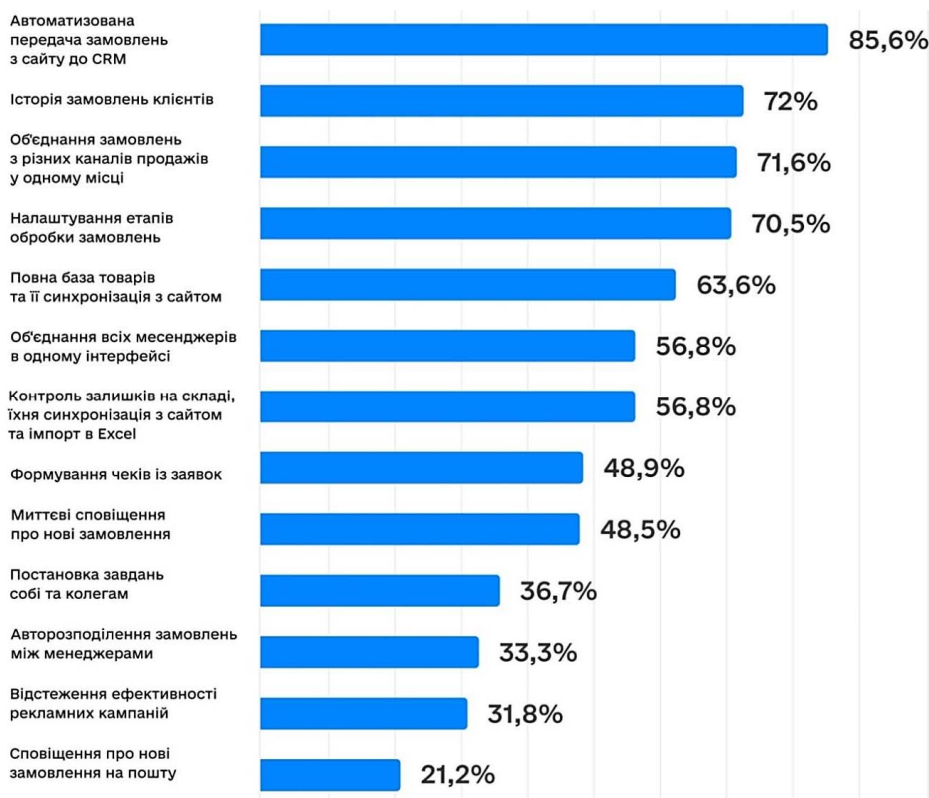


Рис. 3. Найважливіші функції при виборі CRM для користувачів

Джерело: [7]

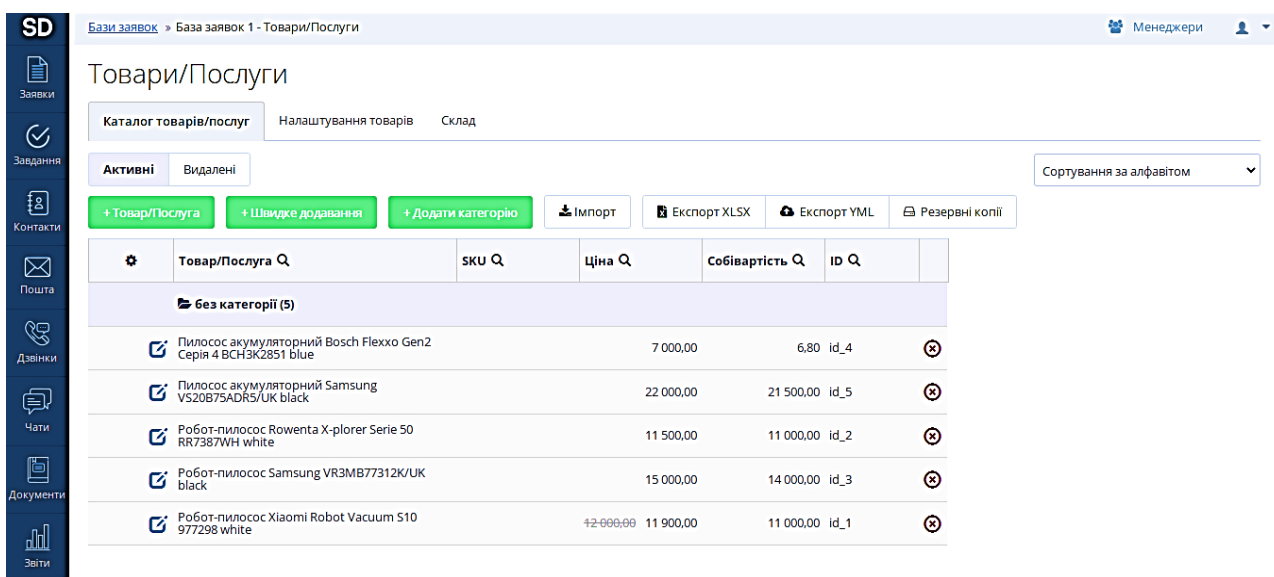


Рис. 4 Фрагмент виконання завдання в CRM-системі SalesDrive

Джерело: створено автором на основі [9]



«Маркетинг». Враження студентів від використання цього програмного продукту також є дуже позитивними.

Багато із студентів-слухачів цих навчальних курсів вже працюють за обраними спеціальностями, тому після виконання лабораторної роботи із CRM-системою SalesDrive, вони мали змогу автоматизувати свої робочі місця цим програмним засобом.

**Висновки з проведеного дослідження.** CRM-системи відіграють ключову роль у сучасному бізнес-світі, і в першу чергу у торговельній сфері, допомагаючи підприємствам автоматизувати бізнес-процеси, покращувати відносини з клієнтами, збільшувати продажі, та підвищувати ефективність. Вони стали невід'ємною частиною стратегій багатьох успішних компаній.

Як показує наше дослідження, зараз на українському ринку є багато CRM-систем, серед яких можна знайти відповідний варіант для автоматизації бізнес-процесів. Але варто також пам'ятати про виклики і недоліки впровадження CRM. Впровадження системи вимагає часу, ресурсів та зусиль, і важливо правильно планувати і проводити процес впровадження. Крім того, безпека даних та приватність клієнтів завжди мають бути в центрі уваги при використанні CRM.

Незважаючи на ці виклики, переваги використання CRM-системи дуже вагомими і можуть значно підвищити конкурентоспроможність будь-якої компанії.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Білоцерківський О. Б. Використання CRM-систем для управління торго-вельними підприємствами. *Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво*. 2020. № 2. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep\\_2019\\_2\\_33/](http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep_2019_2_33/) (дата звернення: 22.01.2024).
2. Янчук Т., Боєнко О. Впровадження CRM-систем як засіб підвищення ефективності маркетингової діяльності. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2269/2192> (дата звернення: 22.01.2024).
3. Бутенко Н.В. Впровадження концепції CRM на промисловому ринку. *Економіка та держава*. 2011. № 3. С. 40–42.
4. Визначення CRM. Веб-сайт. URL: <https://www.creatio.com/ua/crm/what-is-crm> (дата звернення: 22.01.2024).
5. Що таке CRM-система: призначення, можливості та специфіка вибору. Веб-сайт. URL: <https://kamala-soft.com/uk/blog/cho-takoe-crm-sistema> (дата звернення: 22.01.2024).
6. Мартиненко С. Статистика електронної комерції у 2022 р. Тенденції, факти, прогнози. Веб-сайт. URL: <https://nxdigitalagency.com/blog-ua/statistika-elektronnoi-komercii-u-2022> (дата звернення: 22.01.2024).

7. Дмитрашко К. Яку CRM вибрати для інтернет-магазину: результати дослідження 2023. Веб-сайт. URL: <https://horoshop.ua/ru/blog/top-crm-for-online-store/> (дата звернення: 22.01.2024).

8. Яку CRM краще вибрати для магазину в Україні. Веб-сайт. URL: <https://shop-express.ua/ukr/blog/which-crm-is-better-to-choose/> (дата звернення: 22.01.2024).

9. CRM для продажу товарів, для інтернет-магазину. Веб-сайт. URL: <https://salesdrive.ua/> (дата звернення: 22.01.2024).

#### REFERENCES:

1. Bilotserkivskiy O.B. (2020) Vykorystannia CRM-system dlia upravlinnia torho-velnymy pidpriemstvamy [The use of CRM systems for the management of trading enterprises]. *Derzhava ta rehiony. Serii : Ekonomika ta pidpriemnytstvo-State and regions. Series: Economy and entrepreneurship*, no. 2. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep\\_2019\\_2\\_33/](http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep_2019_2_33/) (accessed 22 January 2024).
2. Yanchuk T., Boyenko O. (2023) Vprovadzhennia CRM-system yak zasib pidvyshchennia efektyvnosti marketynhovoї diialnosti [Implementation of CRM systems as a means of increasing the effectiveness of marketing activities]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society*. no. 48. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2269/2192> (accessed 22 January 2024).
3. Butenko N.V. (2011) Vprovadzhennia kontseptsii CRM na promyslovomu rynku [Implementation of the CRM concept in the industrial market]. *Ekonomika ta derzhava – Economy and the state*, no. 3.
4. Vyznachennia CRM [Definition of CRM]. Available at: <https://www.creatio.com/ua/crm/what-is-crm> (accessed 22 January 2024).
5. Shcho take CRM-systema: pryznachennia, mozhlyvosti ta spetsyfika vyboru [What is a CRM system: purpose, possibilities and specifics of choice]. Available at: <https://kamala-soft.com/uk/blog/cho-takoe-crm-sistema> (accessed 22 January 2024).
6. Martynenko S. (2023) Statystyka elektronnoi komertsii u 2022 r. Tendentsii, fakty, prohnozy [E-commerce statistics in 2022. Trends, facts, forecasts]. Available at: <https://nxdigitalagency.com/blog-ua/statistika-elektronnoi-komercii-u-2022> (accessed 22 January 2024).
7. Dmytrashko K. Kakuiu CRM vybrat dlia internet-mahazyna: rezultaty yssledovanyia 2023 [Which CRM to choose for an online store: results of research 2023]. Available at: <https://horoshop.ua/ru/blog/top-crm-for-online-store> (accessed 22 January 2024).
8. YakuCRMkrashchevybratydlia mahazynuv Ukraini [Which CRM is better to choose for a store in Ukraine]. Available at: <https://shop-express.ua/ukr/blog/which-crm-is-better-to-choose/> (accessed 22 January 2024).
9. CRM dlia prodazhu tovariv, dlia internet-mahazynu [CRM for selling goods, for an online store]. Available at: <https://salesdrive.ua/> (accessed 22 January 2024).