

Vita KOVTUN

*к.е.н., доцент, доцент кафедри бізнес-економіки та підприємництва
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана,
Олексій БОГОСЛОВ*

*Студент, магістратура, денна форма навчання
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*

Vita KOVTUN

*candidate of economic sciences, docent,
Associate Professor at the Department of Business Economics and Entrepreneurship,
Kyiv National Economic University named after Vadym Getman,
kovtun.vita@kneu.edu.ua*

Oleksii BOHOSLOV

*Master's Student, Full-time Study
Kyiv National Economic University named after Vadym Getman,
aleks.bogoslov@gmail.com*

РОЛЬ CRM-СИСТЕМ У РОЗВИТКУ E-COMMERCE

THE ROLE OF CRM SYSTEMS IN THE DEVELOPMENT OF E-COMMERCE

Анотація. Розглянуто роль сучасних CRM-систем у розвитку електронної комерції в умовах цифровізації. Проаналізовано їхній вплив на ефективність бізнес-процесів, розглянуто ключові функції CRM, оцінено значення цифровізації для e-commerce, а також визначено проблеми впровадження технологій. Висвітлено наукові підходи до теми та представлено висновки щодо перспектив використання ІТ-інструментів.

Ключові слова: цифровізація, електронна комерція, ІТ-рішення, CRM-системи, ефективність бізнесу, персоналізація, автоматизація.

Abstract. The role of modern CRM systems in the development of e-commerce in the context of digitalization is considered. Their impact on the efficiency of business processes is analyzed, the key functions of CRM are considered, the importance of digitalization for e-commerce is assessed, and the problems of technology implementation are identified. Scientific approaches to the topic are highlighted and conclusions are presented regarding the prospects for the use of IT tools.

Keywords: digitalization, e-commerce, IT solutions, CRM systems, business efficiency, personalization, automation.

Цифровізація є визначальним фактором трансформації сучасного бізнесу, зокрема електронної комерції (e-commerce), що зумовлює актуальність дослідження ролі ІТ-рішень, зокрема, CRM-систем. CRM-системи є незамінним інструментом для успішного ведення електронної комерції. Вони не лише допомагають компаніям розвивати довгострокові відносини з клієнтами, але й оптимізують внутрішні бізнес-процеси, що сприяє зростанню прибутку та конкурентоспроможності на ринку. За даними Statista, світовий обсяг e-commerce у 2024 році становив 6,3 трлн дол. США [1, 2], а в Україні, попри війну, онлайн-торгівля демонструє стійкість. McKinsey зазначає, що 70% компаній у 2023 році перейшли на цифрові технології, підвищивши ефективність на 20–25% [3, с. 12]. У контексті України цифровізація ускладнена кризовими умовами, що робить тему важливою для наукового аналізу.

Тема цифровізації e-commerce активно досліджується науковцями. М. Портер запропонував модель п'яти сил для аналізу конкуренції в e-commerce [5, с. 78], підкреслюючи роль технологій у формуванні ринкової стратегії. Ф. Девіс розробив ТАМ (Technology Acceptance Model), що пояснює прийняття ІТ-рішень через їхню корисність і простоту [6, с. 319]. В Україні В. Вітлінський досліджує ризики цифрової економіки [7, с. 45], а О. Кузьмін аналізує управління ІТ-проектами [8, с. 120]. Проте вплив локальних криз на впровадження технологій залишається недостатньо вивченим.

Сучасні ІТ-рішення, такі як хмарні технології, штучний інтелект (AI) і автоматизація, є основою розвитку e-commerce. Amazon використовує AI для прогнозування попиту, що підвищує ефективність на 20% [2, с. 45], а "Нова Пошта" в Україні застосовує хмарні платформи для оптимізації логістики. Цифровізація сприяє масштабуванню бізнесу, але потребує значних ресурсів, що ускладнює її застосування для малого бізнесу.

Цифровізація трансформує e-commerce у світі та Україні по-різному. У світі 54% покупок у 2023 році здійснено через смартфони [3, с. 15], тоді як в Україні маркетплейси (Prom.ua) зросли на 15% у 2023 році, попри війну. Таблиця 1 ілюструє динаміку e-commerce в Україні, де спад 2022 року змінився відновленням.

Таблиця 2 – Динаміка e-commerce в Україні (2010–2024)

Рік	E-commerce (умовні одиниці)	Подія
2010	100	Початковий рівень
2020	250	Ріст через COVID-19
2022	180	Падіння через війну
2024	220	Відновлення ринку

CRM-системи (Customer Relationship Management) відіграють центральну роль у підвищенні ефективності e-commerce, оскільки дозволяють компаніям ефективно управляти відносинами з клієнтами, аналізувати їхню поведінку та автоматизувати бізнес-процеси. Використання CRM сприяє підвищенню лояльності клієнтів, збільшенню рівня продажів та оптимізації маркетингових стратегій. Основними функціями CRM у електронній комерції є:

1. Збір і аналіз даних. CRM-системи дозволяють компаніям накопичувати та обробляти інформацію про клієнтів, включаючи їхні покупки, переваги та рівень взаємодії з брендом.

2. Автоматизація маркетингу. CRM допомагають сегментувати аудиторію та створювати персоналізовані рекламні кампанії, що підвищує ефективність маркетингових заходів.

3. Покращення обслуговування клієнтів. Завдяки CRM-системам компанії можуть швидко реагувати на запити клієнтів, забезпечуючи якісну підтримку через різні канали комунікації.

4. Управління продажами. CRM-системи допомагають відстежувати процеси продажів, прогнозувати попит та підвищувати ефективність роботи відділу продажів.

5. Лояльність клієнтів. За допомогою CRM можна розробляти програми лояльності, надавати персоналізовані знижки та пропозиції, що сприяє довготривалим відносинам з клієнтами.

Впровадження CRM-систем у сфері електронної комерції сприяє:

- збільшенню коефіцієнта конверсії завдяки персоналізації пропозицій;
- зниженню витрат на залучення клієнтів через ефективніші маркетингові стратегії;
- підвищенню рівня повторних покупок;
- покращенню операційної ефективності компанії.

Таким чином, впровадження CRM-систем в e-commerce забезпечують управління клієнтськими даними, автоматизацію процесів і аналіз поведінки. Наприклад, Rozetka використовує Salesforce для персоналізації, що підвищує продажі на 15% [2, с. 47]. Так, функції популярних CRM-систем представлені у Табл.2.

Таблиця 2 –Порівняння функцій сучасних CRM-систем

CRM-система	Аналітика	Автоматизація	Маркетинг	Інтеграція
Salesforce	Висока	Середня	Висока	Висока
Bitrix24	Низька	Висока	Середня	Середня
HubSpot	Середня	Низька	Висока	Середня
Siebel CRM	Висока	Середня	Низька	Висока
SAP CRM	Висока	Низька	Середня	Висока

Отже, CRM-системи допомагають автоматизувати бізнес-процеси, підвищувати лояльність клієнтів та збільшувати рівень продажів. Війна в Україні призвела до падіння офлайн-продажів на 30% у 2022 році [4, с. 10], але онлайн-сегмент адаптувався завдяки CRM. Однак в Україні існує ряд проблем, що ускладнюють впровадження CRM-систем, які необхідно враховувати для успішного розвитку електронного бізнесу, а саме:

1. Фінансові витрати. Впровадження та підтримка CRM-систем вимагає значних фінансових ресурсів. Багато малих та середніх підприємств не можуть дозволити собі дорогі програмні рішення або адаптацію системи під власні потреби.

2. Недостатня цифрова грамотність персоналу Багато українських компаній стикаються з проблемою низького рівня ІТ-грамотності співробітників, що ускладнює впровадження та ефективне використання CRM.

3. Опір змінам у компанії Впровадження нових технологій нерідко зустрічає опір з боку персоналу через страх перед складністю роботи з новими інструментами або побоювання щодо скорочення робочих місць.

4. Проблеми з інтеграцією Багато компаній вже використовують різні ІТ-рішення (ERP-системи, інтернет-магазини, аналітичні платформи), і їхня інтеграція з CRM може бути складною та дорогою.

5. Безпека даних Захист персональних даних клієнтів є важливим аспектом, а кіберзагрози та проблеми із дотриманням законодавства можуть ускладнювати впровадження CRM-систем.

Шляхами вирішення проблем впровадження CRM в Україні можуть бути:

1. Державна підтримка та грантові програми Надання державних грантів або податкових пільг для малого та середнього бізнесу може сприяти швидшому впровадженню CRM-систем.

2. Навчання персоналу Організація тренінгів та курсів для співробітників допоможе підвищити рівень цифрової грамотності та полегшити адаптацію до нової системи.

3. Гнучкі та доступні рішення Використання хмарних CRM-систем або модульних рішень дозволить компаніям обирати функціонал відповідно до своїх потреб та бюджету.

4. Ефективне управління змінами Запровадження CRM-систем має супроводжуватися роз'яснювальною роботою серед персоналу, демонстрацією переваг та поетапним впровадженням.

5. Підвищення рівня кібербезпеки Інвестиції в захист даних, відповідність законодавству та використання перевірених постачальників CRM-рішень допоможуть уникнути ризиків безпеки.

Таким чином, впровадження CRM-систем в електронній комерції України стикається з низкою викликів, однак їх можна подолати за допомогою фінансової підтримки, освітніх ініціатив, адаптації доступних технологій та підвищення рівня кібербезпеки. Успішна реалізація CRM сприятиме зростанню ефективності бізнесу, покращенню обслуговування клієнтів та зміцненню конкурентних позицій українських компаній на ринку електронної комерції.

Література

1. Statista (2024) Global e-commerce sales report. URL: <https://www.statista.com>.
2. Statista Global e-commerce sales report. Statista. 2024. URL: <https://www.statista.com>
3. Gartner CRM impact on sales efficiency. Gartner. 2023. 45 с.
4. McKinsey Digital transformation in business. McKinsey. 2023. URL: <https://www.mckinsey.com>
5. Державна податкова служба України Звіт про торгівлю 2022. Київ: ДПС, 2023. 15 с.
6. Porter M. The Five Competitive Forces That Shape Strategy. Harvard Business Review 2008 № 1 С. 78–93
7. Davis F. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. MIS Quarterly 1989 № 13(3) С. 319–340 DOI: <https://doi.org/10.2307/249008>
8. Вітлінський В.В. Ризики цифрової економіки: аналіз та управління. Київ: КНЕУ, 2020. 210 с.
9. Кузьмін О.Є. Управління ІТ-проектами в умовах невизначеності. Львів: ЛНУ, 2019. 180 с.

References

1. Statista Global e-commerce sales report. Statista 2024 URL: <https://www.statista.com>
2. Statista Global e-commerce sales report. Statista. 2024. URL: <https://www.statista.com>
3. Gartner CRM impact on sales efficiency. Gartner 2023 45 p.
4. McKinsey Digital transformation in business. McKinsey 2023 URL: <https://www.mckinsey.com>
5. State Tax Service of Ukraine Trade report 2022. Kyiv: STS, 2023. 15 p.
6. Porter M. The Five Competitive Forces That Shape Strategy. Harvard Business Review 2008 № 1 P. 78–93
7. Davis F. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. MIS Quarterly 1989 № 13(3) P. 319–340 DOI: <https://doi.org/10.2307/249008>
8. Vitlinskyi V.V. Risks of the digital economy: analysis and management. Kyiv: KNEU, 2020. 210 p.
9. Kuzmin O.Ye. Management of IT projects under uncertainty. Lviv: LNU, 2019. 180 p.