

Міністерство освіти і науки України  
Рівненський державний гуманітарний університет  
Факультет документальних комунікацій, менеджменту, технологій та  
фізики  
Кафедра економіки та управління бізнесом

## **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти  
за спеціальністю 051 Економіка ОПП Економічна кібернетика  
галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» на тему  
**«ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ЗАСОБІВ АВТОМАТИЗАЦІЇ  
ОБЛІКУ В ДІЯЛЬНІСТЬ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА»**

Виконав: здобувач вищої освіти  
гр. ЕК-21 маг.  
**Волошин Андрій Іванович**

Керівник: доц.  
**Хомич Сергій Васильович**

Рецензент:

Рівне – 2025

## АНОТАЦІЯ

**Тема:** «Впровадження автоматизації сучасних засобів обліку в діяльність торговельного підприємства»

**Кваліфікаційна робота** викладена на 68 сторінках друкованого тексту (без урахування списку використаних джерел), містить понад 20 рисунків, 12 таблиць, список використаних джерел із 16 найменувань.

**Ключові слова:** автоматизація обліку, CRM-система, електронна комерція, інтернет-магазин, SalesDrive, управління бізнес-процесами, аналітика.

**Об'єктом** дослідження кваліфікаційної роботи є процес автоматизації обліку та управління бізнес-процесами у підприємствах електронної комерції.

**Предметом** дослідження є методи, інструменти та програмні засоби впровадження CRM-системи SalesDrive у діяльність інтернет-магазину на базі CMS ocStore.

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел.

**У вступі** обґрунтовано актуальність теми дослідження, визначено мету і завдання роботи, окреслено об'єкт і предмет дослідження, розкрито наукову новизну та практичне значення отриманих результатів.

**Перший розділ** показує теоретичні засади автоматизації обліку в торговельних підприємствах, проаналізовано сучасні засоби автоматизації обліку та управління бізнес-процесами, а також досліджено стан і тенденції розвитку ринку CRM-систем в Україні.

**Другий розділ** присвячено методологічним підходам до впровадження CRM-системи SalesDrive. У ньому розкрито особливості діяльності інтернет-магазинів і проблеми їх обліку, проаналізовано функціональні можливості та конкурентні переваги CRM SalesDrive, а також описано методику її інтеграції з CMS ocStore, платіжними сервісами, службами доставки та іншими програмними середовищами.

У третьому розділі здійснено практичну реалізацію впровадження CRM SalesDrive в діяльності інтернет-магазину, описано налаштування бізнес-процесів, облік бізнес-операцій, формування звітності та аналітичних інструментів для прийняття управлінських рішень, а також проведено оцінку ефективності впровадження CRM-системи та її впливу на результативність і конкурентоспроможність підприємства.

У висновках узагальнено результати дослідження, підтверджено економічну доцільність впровадження CRM-системи SalesDrive та сформульовано практичні рекомендації щодо автоматизації обліку в підприємствах електронної комерції.

## **ANNOTATION**

**Topic: “Implementation of Automation of Modern Accounting Tools in the Activity of a Trading Enterprise”**

The master’s qualification thesis consists of 68 pages of printed text (excluding references), includes more than 20 figures, 12 tables, and a list of 16 references.

**Keywords: accounting automation, CRM system, e-commerce, online store, SalesDrive, business process management, analytics.**

The object of the research is the process of accounting automation and business process management in e-commerce enterprises.

The subject of the research is the methods, tools, and software solutions for implementing the SalesDrive CRM system in the operation of an online store based on the ocStore CMS.

The master’s thesis consists of an introduction, three chapters, conclusions, and a list of references.

The introduction substantiates the relevance of the research topic, defines the aim and objectives of the study, specifies the object and subject, and outlines the scientific novelty and practical significance of the results obtained.

The first chapter examines the theoretical foundations of accounting automation in trading enterprises, analyzes modern tools for automating accounting and business process management, and explores the current state and development trends of the CRM systems market in Ukraine.

The second chapter focuses on methodological approaches to implementing the SalesDrive CRM system. It identifies the specific features of online store operations and accounting challenges, analyzes the functional capabilities and competitive advantages of SalesDrive, and describes the methodology for its integration with the ocStore CMS, payment systems, delivery services, and other software environments.

The third chapter presents the practical implementation of SalesDrive CRM in an online store, including business process configuration, accounting of business operations, development of reporting and analytical tools for managerial decision-making, and evaluation of the effectiveness of CRM implementation and its impact on enterprise performance and competitiveness.

The conclusions summarize the research findings, confirm the economic feasibility of implementing the SalesDrive CRM system, and provide practical recommendations for accounting automation in e-commerce enterprises.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ АВТОМАТИЗАЦІЇ ОБЛІКУ В ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ .....	9
1.1. СУТНІСТЬ, ЗАВДАННЯ ТА ЗНАЧЕННЯ АВТОМАТИЗАЦІЇ ОБЛІКУ В ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ .....	9
Економічна ефективність автоматизації.....	12
1.2. ОГЛЯД СУЧАСНИХ ЗАСОБІВ АВТОМАТИЗАЦІЇ ОБЛІКУ ТА УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ.....	13
1.3. АНАЛІЗ РИНКУ CRM-СИСТЕМ В УКРАЇНІ.....	17
Основні тенденції ринку CRM в Україні.....	21
2. МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВПРОВАДЖЕННЯ CRM SALES DRIVE. .	23
2.1. ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНІВ ТА ПРОБЛЕМИ ЇХ ОБЛІКУ .....	23
Конкурентні переваги CRM SalesDrive.....	36
2.3. МЕТОДИКА ВПРОВАДЖЕННЯ ТА ІНТЕГРАЦІЇ CRM SALES DRIVE З ІНШИМИ ПРОГРАМНИМИ СЕРЕДОВИЩАМИ .....	38
Загальні засади впровадження CRM-систем.....	38
Етапи впровадження CRM SalesDrive.....	38
Організаційні переваги інтегрованої CRM.....	41
3. ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ВПРОВАДЖЕННЯ CRM SALES DRIVE В ДІЯЛЬНОСТІ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ .....	43
3.1. НАЛАШТУВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ НА БАЗІ CRM SALES DRIVE .....	43
Налаштування каналів продажу .....	45
3.2. ОБЛІК БІЗНЕС-ОПЕРАЦІЙ В SALES DRIVE.....	48
Загальна характеристика облікових процесів .....	48
3.3. ФОРМУВАННЯ ЗВІТНОСТІ ТА АНАЛІТИЧНИХ ІНСТРУМЕНТІВ ДЛЯ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ .....	52
Приклад дашборду аналітики продажів.....	55
3.4. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ CRM-СИСТЕМИ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ І КОНКУРЕНТОЗДАТНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА .....	58
Вихідні дані для аналізу .....	59
Розрахунок показників ефективності.....	59
Операційні результати впровадження.....	60
Порівняння ефективності до і після впровадження CRM.....	62
ВИСНОВКИ.....	64
ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА.....	66