

SCI-CONF.COM.UA

INNOVATIONS OF MODERN SCIENCE AND EDUCATION



**PROCEEDINGS OF IV INTERNATIONAL
SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE
DECEMBER 25-27, 2025**

**VANCOUVER
2025**

INNOVATIONS OF MODERN SCIENCE AND EDUCATION

Proceedings of IV International Scientific and Practical Conference

Vancouver, Canada

25-27 December 2025

Vancouver, Canada

2025

82.	<i>Левицька Н. В.</i> АНАЛІЗ КУЛЬТУРНО-СПЕЦИФІЧНИХ КОНЦЕПТІВ У РОМАНІ Е. М. РЕМАРКА «ТРИ ТОВАРИШІ»	457
83.	<i>Мацюк О. О.</i> КОМПОЗИЦІЙНА СТРУКТУРА ВЕРБАЛЬНОЇ ЧАСТИНИ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТУ	466
ECONOMIC SCIENCES		
84.	<i>Radchyshyn T.</i> COMPETITIVENESS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES AS A FACTOR IN ENSURING FOOD SECURITY IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT	476
85.	<i>Rayevnyeva O., Brovko O.</i> ANALYSIS OF CURRENT TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF MIGRATION PROCESSES IN THE COUNTRY	481
86.	<i>Syuparenko D.</i> CREATING WORLD-CLASS UNIVERSITIES AS A DIRECTION OF EU EDUCATION POLICY	490
87.	<i>Вовк О. С.</i> РОЗВИТОК ВИРОБНИЦТВА ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ	494
88.	<i>Голушко Д. Ю.</i> ЦИФРОВА ІНТЕГРАЦІЯ ERP ТА CRM-СИСТЕМ У МЕНЕДЖМЕНТІ ПІДПРИЄМСТВ	499
89.	<i>Грегуль В. Ю.</i> ФОРМУВАННЯ ВИДАТКІВ БЮДЖЕТУ В УМОВАХ СУСПІЛЬНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ	505
90.	<i>Гриценко С. І., Горб А. В.</i> ESG-ПІДХОДИ ЯК ДРАЙВЕР РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІСТИКИ	511
91.	<i>Довжанин А. І.</i> ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ НА МІЖНАРОДНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	517
92.	<i>Жижко К. В.</i> ПРОБЛЕМА БРОНЮВАННЯ СПІВРОБІТНИКІВ, ЯК ГОЛОВНИЙ СТРАТЕГІЧНИЙ РИЗИК ВЕДЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	521
93.	<i>Замковий О. С.</i> ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА ТА ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ БЮДЖЕТУ В КРАЇНАХ ІЗ РОЗВИНЕНОЮ ЕКОНОМІКОЮ	525
94.	<i>Кобець Є. А.</i> ІНВЕСТУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ АГРОБІЗНЕСУ	531
95.	<i>Коваль П. Є.</i> ОЦІНКА РІВНЯ ЗАХИСТУ ХМАРНИХ СЕРВІСІВ ІТ-КОМПАНІЇ НА ПРИКЛАДІ МОДЕЛІ NIST CYBERSECURITY FRAMEWORK	537

**ЦИФРОВА ІНТЕГРАЦІЯ ERP ТА CRM-СИСТЕМ
У МЕНЕДЖМЕНТІ ПІДПРИЄМСТВ**

Голушко Денис Юрійович,

Аспірант

Національний університет харчових технологій

м. Київ, Україна

Анотація: У роботі досліджено управлінський потенціал ERP- та CRM-систем у контексті цифрової трансформації сучасних підприємств. Обґрунтовано роль ERP як інфраструктури інтегрованого планування й контролю ресурсів та CRM як інструменту клієнтоорієнтованого управління, орієнтованого на аналіз поведінки, цінності й життєвого циклу клієнтів. Показано, що найбільша управлінська ефективність досягається за умов інтеграції ERP і CRM у єдину систему наскрізних даних, яка поєднує внутрішню операційну узгодженість із зовнішньою ринковою результативністю. Особливу увагу приділено управлінській логіці використання даних як основі стратегічних рішень, а не лише технічному впровадженню IT-рішень. Визначено специфічні виклики та практичне значення застосування ERP/CRM для українських підприємств з урахуванням кадрових, фінансових і безпекових обмежень.

Ключові слова: ERP-системи, CRM-системи, цифрова трансформація, управлінські рішення, інтеграція даних, ефективність менеджменту, бізнес-процеси.

У сучасному менеджменті ERP- та CRM-системи дедалі частіше розглядаються не як «допоміжне ПЗ», а як інфраструктура управління, що змінює логіку прийняття рішень і спосіб координації процесів. ERP формує інтегроване середовище для планування та контролю ресурсів, у якому фінанси, виробництво, закупівлі, запаси, логістика й управління персоналом працюють

на основі узгоджених даних і єдиного інформаційного ядра [1, с. 9]. Саме принцип «єдиної бази даних» перетворює ERP на механізм управлінської узгодженості: зникає дублювання показників, скорочуються часові лаги між подією та її відображенням у звітності, а відповідальність за результат стає прозорішою на рівні підрозділів і процесів. У практиці цифрової трансформації ERP виступає базовим елементом, який з'єднує операційні та фінансові контури управління, забезпечуючи формалізацію бізнес-процесів і підвищення дисципліни даних [2, с. 194].

CRM, натомість, зміщує управлінський фокус у бік ринку й клієнта. Якщо ERP відповідає на питання «як ефективно виконувати», то CRM – «для кого, чому і з якою цінністю». CRM акумулює дані про контакти, історію взаємодій, канали комунікації, звернення та реакції клієнтів, а також підтримує маркетингові та збутові процеси (воронки, лід-менеджмент, сценарії сервісу) [3, с. 99-100]. Її цінність полягає не лише у зручній фіксації комунікацій, а у можливості перетворювати ці дані на управлінські рішення: сегментацію, персоналізацію пропозицій, пріоритезацію клієнтів, аналітику утримання й лояльності. Дослідження з тематики AI-CRM показують, що у зрілих CRM-ландшафтах зростає роль прогностичної аналітики та інструментів, які підсилюють персоналізацію й підтримують рішення щодо сервісу та продажів [4].

У практиці підприємств ERP і CRM не протиставляються, а «закривають» різні площини менеджменту. ERP структурно орієнтується на внутрішню ефективність: витрати, запаси, виробничі потужності, фінансові цикли, стандарти виконання. CRM орієнтується на зовнішню результативність: конверсії, якість взаємодії, повторні покупки, довіру й довгострокову цінність клієнта. Найбільша управлінська віддача виникає за умов поєднання цих площин, коли дані CRM щодо попиту та клієнтських патернів інтегруються у планувальні механізми ERP, а інформація ERP про ресурсні можливості й статус операцій повертається в CRM, забезпечуючи узгодженість очікувань клієнтів із реальними можливостями підприємства. Узгодження даних і

процесів через інтеграцію систем зменшує управлінську фрагментацію та підсилює стратегічну керованість підприємства.

Таблиця 1

Порівняльна логіка управлінського призначення ERP і CRM

Критерій	ERP	CRM
Домінантний об'єкт управління	ресурси та процеси всередині підприємства	взаємовідносини, поведінка і цінність клієнтів
Управлінський результат	операційна узгодженість, контроль витрат, прозора звітність	конверсії, утримання, персоналізація, якість сервісу
Дані як основа рішень	транзакційні й облікові дані (виробництво, запаси, фінанси, HR)	дані взаємодій (контакти, ліди, канали, звернення, реакції)
Найсильніший ефект	оптимізація внутрішніх циклів і точність управлінського контролю	підсилення клієнтоорієнтованої моделі та доходної логіки

Джерело: систематизовано автором на основі [5, с. 217-218; 6, с. 99]

Як інструмент менеджменту ERP найвідчутніше проявляється у трьох пов'язаних ефектах. Перший – автоматизація планування та контролю ресурсів: планування потреби в матеріалах, синхронізація закупівель із виробничими планами, управління запасами та контроль виконання. Другий – підвищення якості фінансового контуру: коли облік і операції з'єднані, управлінська звітність стає більш оперативною, а ризик «ручних» помилок зменшується. Третій – оптимізація виробничо-логістичних ланцюгів: зникає розрив між замовленням, доступністю ресурсів і фактичним виконанням; відповідно скорочуються затримки та витрати, пов'язані з неузгодженістю.

Результативність ERP після запуску значною мірою залежить від організаційної готовності, підтримки керівництва, якості навчання користувачів та управління змінами; водночас типовими ризиками залишаються високі витрати, опір персоналу та складність інтеграції даних [7].

CRM-системи, у свою чергу, дають ефект через перебудову «фронт-офісу» і прийняття рішень про клієнта на основі даних, а не інтуїції. По-перше, CRM інституціалізує клієнтоорієнтованість: вона робить

клієнтський шлях «видимим» для менеджменту та дозволяє керувати досвідом взаємодії як процесом (з показниками, стандартами сервісу, реакцією на відтік). По-друге, CRM підсилює продажі через управління воронкою та дисципліну контактів: зменшується кількість «втрачених» лідів, легше контролювати виконання планів і якість комунікацій [8].

Найбільший потенціал для сучасного менеджменту виникає на рівні інтеграції ERP і CRM у єдину систему управління підприємством. У цьому контексті ключового значення набуває не стільки технічна інтеграція систем, скільки управлінська логіка наскрізного використання даних. Зокрема, клієнтське замовлення, сформоване в CRM-системі, має трансформуватися в ERP у формалізовані зобов'язання щодо використання ресурсів, виробничі плани або логістичні операції, тоді як інформація про фактичне виконання повинна повертатися до CRM як інформаційна основа для сервісного супроводу, аналізу задоволеності клієнтів та ініціювання повторних продажів. Саме така інтеграція створює умови для стратегічного управління: керівництво може синхронізувати маркетингові рішення з реальними потужностями, фінансові обмеження – з політикою продажів, а сервіс – із економікою виконання. Застосування ERP/CRM у комплексі підсилює здатність підприємства до адаптації, підвищує прозорість і керованість, але вимагає поетапності впровадження, роботи з кадрами та захисту даних [9, с. 3].

Практичне значення для українських підприємств полягає в тому, що ERP- та CRM-системи дедалі частіше виступають інструментами організаційної модернізації у сферах виробництва, логістики та торгівлі. Їх упровадження сприяє стандартизації бізнес-процесів, зменшенню ролі неформальних управлінських практик, підвищенню прозорості ключових показників діяльності та формуванню відтворюваних управлінських процедур. Водночас національний контекст актуалізує низку системних обмежень, зокрема дефіцит кваліфікованих кадрів, фінансові обмеження, необхідність прискореного навчання персоналу та посилені вимоги до кібербезпеки. У зв'язку з цим ефективність застосування ERP- та CRM-систем у сучасному менеджменті

доцільно розглядати не як сам факт їх впровадження, а як спроможність підприємства трансформувати управлінські процеси й організаційну культуру відповідно до принципів даноорієнтованості, прозорості та формалізованих правил прийняття рішень, перетворюючи цифрову інфраструктуру на стійке джерело конкурентних переваг.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Голобородько А. Ю., Левандовська В. А. Цифрові технології ефективного управління підприємством в умовах розвитку діджиталізації. *Efektivna ekonomika*. 2023. № 12. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.12.25> (остання дата звернення: 12.12.2025).
2. Загороднюк О. В., Дмитрик І. О. The role of BPM, CRM and ERP systems in the digital transformation of Ukrainian business. *Collected works of uman national university of horticulture*. 2024. Т. 2, № 104. С. 191–201. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8240-2024-104-2-191-201> (остання дата звернення: 12.12.2025).
3. Ніколаєнко І. Сутність CRM як категорії в маркетинговій діяльності. *InterConf*. 2021. С. 97–109. DOI: <https://doi.org/10.51582/interconf.7-8.11.2021.009> (остання дата звернення: 12.12.2025).
4. Gołąb-Andrzejak E. AI-powered customer relationship management – generativeai-based CRM – einstein GPT, sugar CRM, and MS dynamics 365. *Procedia computer science*. 2024. Vol. 246. P. 1790–1799. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.09.683> (last date of access: 12.12.2025).
5. Поливана Л. А. ERP- системи для автоматизації обліку фінансових результатів підприємств роздрібної торгівлі. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2013. Т. 41. С. 216–219. DOI: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2013_41_55 (остання дата звернення: 12.12.2025).
6. Polishchuk I. CRM-system as the basis of formation of consumer loyalty. *Economic journal Odessa polytechnic university*. 2021. Vol. 3, № 17. P. 76–80. DOI: <https://doi.org/10.15276/ej.03.2021.11> (last date of access: 12.12.2025).

7. Systematic literature review of Critical success factors on enterprise resource planning post implementation / Z. T. Butarbutar et al. *Cogent business & management*. 2023. Vol. 10, № 3. DOI: <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2264001> (last date of access: 12.12.2025).

8. Amajuoyi C. P., Nwobodo L. K., Adegbola A. E. Utilizing predictive analytics to boost customer loyalty and drive business expansion. *GSC advanced research and reviews*. 2024. Vol. 19, № 3. P. 191–202. DOI: <https://doi.org/10.30574/gscarr.2024.19.3.0210> (last date of access: 12.12.2025).

9. Куць Н. Інтеграція сучасних інформаційних технологій в систему стратегічного управління підприємством. *Економіка та суспільство*. 2025. № 75. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-75-24> (остання дата звернення: 12.12.2025).