

**ОЦЕНКА НА БЕЗПЛАТНИ CRM-РЕШЕНИЯ  
ЗА ДЕЙНОСТТА НА МАЛКИТЕ Е-МАГАЗИНИ В БЪЛГАРИЯ****Божана ИВАНОВА<sup>1</sup>****JEL – L86, L81****Резюме****Ключови думи:**

безплатни CRM решения, CRM в е-търговията, оценка на CRM системи.

CRM има ключова роля за развитието на е-търговията. Онлайн търговците, собственици на малки е-магазини, не могат да си позволят скъпа CRM система, затова е необходимо да се открие метод за оценка на безплатните решения, предлагани на пазара. В настоящата статия е извършен сравнителен анализ по формирана от нас система от критерии за оценка и е посочено подходящо безплатно CRM решение за дейността на малките е-магазини в България.

**Въведение**

Удовлетворението на клиентите е основен фактор за развитието на електронната търговия и непрекъснатото повишаване на публичния интерес към нея. Измененията в потребностите на клиентите са водещ фактор за развитието на е-търговията, което прави наложително и усъвършенстването на управлението на взаимоотношенията с тях (CRM – Customer Relationship Management).

В България CRM-системите не се отличават с особено висока популярност, което ги утвърждава като пазарна ниша със значителен потенциал за бъдещо развитие. Приложен в дейността на малките е-магазини<sup>1</sup> в страната, CRM-софтуерът може да има значителен принос за задържането им на пазара, както и за бъдещото им развитие.

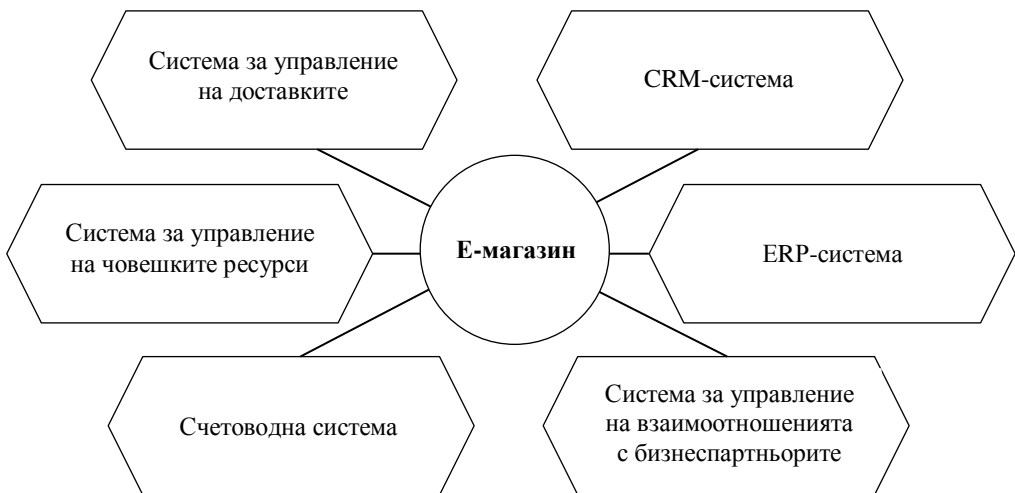
Целта на тази статия е да разкрие необходимостта от прилагане на CRM-софтуер в дейността на малките е-магазини в България и да предложи система от критерии за оценка и избор на безплатно CRM-решение. За изпълнението на поставената цел ще бъде разгледана същността на CRM-системите и приложението им в онлайн търговската дейност, ще бъдат сравнени някои от достъпните на софтуерния пазар решения, които са подходящи за дейността на малките е-магазини и ще бъдат предложени възможности за внасянето на подобрения в управлението на взаимоотношенията с клиентите в е-търговията в страната.

<sup>1</sup> Катедра Информатика, Икономически университет – Варна, България. e-mail: bozhana.ivanova@ue-varna.bg

Съществуват подобни научни изследвания на чуждестранни автори (Bucholtz, n.d.), (Wallen, 2013), (Guay, 2014), (Bdc.ca, 2015), (G2crowd.com, 2015), но предвид все още сравнително ниската популярност на CRM-системите в България, нито едно от тях не е насочено към дейността на малките е-магазини в страната.

### 1. Същност на CRM-системите с приложение в е-търговията

В специализираната литература управлението на взаимоотношенията с клиентите извън контекста на сферата на приложение, може да бъде дефинирано като **повтарящ се процес**, който превръща информацията за клиентите в позитивни взаимоотношения с тях (Wittenmann & Ables, 2011, p. 5). CRM-стратегии се прилагат в е-търговията чрез електронните системи за управление на взаимоотношенията с клиентите (или е-CRM-системите, които също са наричани „CRM-системи“, тъй като са тяхна разновидност). Всеки е-магазин взаимодейства с множество външни системи (Русков), необходими за поддържане на всички бизнеспроцеси в дейността на онлайн търговците, една от които е CRM-системата (вж. фиг. 1).



**Фиг. 1. Връзка на е-магазина с външните системи, необходими за функционирането му**

CRM-системите представляват съчетание на оперативен и аналитичен софтуер (Buttle, 2009), като оперативната част се свързва с извличането и съх-

раняването на данни за клиентите, пазара и други, докато аналитичната част е обвързана с анализа на натрупаните данни, различни техники за сегментиране на пазара, сравнение на данните и извеждане на отчети (Yonazi, 2011, p. 283). Функционалната рамка на CRM-системите може да бъде дефинирана в следните направления: **маркетинг, продажби, обслужване, стратегии и анализ.**

CRM-решенията, подходящи за дейността на е-магазините, е необходимо да поддържат възможности за управление на рекламните кампании, кръстосаните продажби и мултиканален маркетинг. Относно обработването на поръчките, CRM-системите трябва да разполагат със средства за контрол на ефективността на обслужването, съкращаване и автоматизиране на цикъла за реализиране на продажба (Fjermestad, 2015).

Допълването на базата данни за потребителите и свързването на информацията, постъпваща през всички канали за комуникация с профила на конкретен клиент, са основни функции на CRM-системата, като се има предвид, че данните за потребителите имат фундаментално значение в изграждането на CRM-стратегии. Голямо значение за дейността на е-магазините и тяхното развитие има поддържането на модул за управление на взаимоотношенията с ключовите за бизнеса клиенти и задържането им като такива в дългосрочен план.

**Ролята на CRM в е-търговията е ключова**, не само за подобряване на обслужването, но и за повишаване на търсенето от страна на клиентите качество на услугите (Ward, 2008), затова можем да твърдим, че съществуването и утвърждаването на малките е-магазини на онлайн пазара пряко зависи от интегрирането на CRM-система. CRM-софтуерът е от изключително значение за развитието на е-търговията, но не е особено популярен и използван от онлайн търговците в България – едва 4% от стоте водещи представители на търговията на дребно в България използват CRM-софтуер (Балкан Сървисис, 2015). Осъзнаването на необходимостта от внедряването на CRM-системи в дейността на малките е-магазини в България, въпреки съществуващите трудности и ограничения, е важна стъпка към еволюцията на управлението на взаимоотношенията с клиентите и е-търговията в страната като цяло.

Поставени пред редица затруднения като набавяне на начален капитал, липса на кадрови капацитет, покриване на разходите, реализиране на възвръщаемост на инвестициите в кратки периоди, въпреки ниския интерес от външни инвеститори вследствие на високия риск, онлайн търговците, собственици на малки е-магазини, не могат да си позволят закупуването на платено CRM-решение, в резултат на което в дейността им се наблюдават множество проблеми в управлението на взаимоотношенията с клиентите.

**Проблемите на CRM, произтичащи от външната среда на организацията**, са намирането на клиенти и откриване на начин за задържането им в дългосрочен период, адаптирането на продуктовия каталог към динамичните промени в интересите на потребителите, изграждането и поддържането на социален профил на е-магазина или марката с цел спечелване доверието и симпатиите на клиентите.

**Проблемите на CRM във вътрешната среда на организацията** са свързани с осигуряването на качествено обслужване (формирането на квалифициран персонал е трудно в условията на ограничени ресурси), загубата на информация в процеса на комуникация с клиентите и други.

Разгледаните проблеми вследствие на невъзможността на онлайн търговците да закупят и интегрират платен CRM-софтуер, разкриват необходимостта от внасянето на подобрения в управлението на взаимоотношенията с клиентите в дейността на малките е-магазини в България.

Поставени в условията на финансова несигурност, собствениците на малки е-магазини, се сблъскват с редица обстоятелства, затрудняващи интегрирането на CRM-софтуер в дейността на управляваните от тях е-магазини. По данни на независимо проучване, проведено в България в края на 2014 г., между първите по приходи 6500 компании в страната, които са представители на 58 водещи индустрии, процентният дял на разполагащите с внедрена CRM-система е под 10% (CBN Pannoff, Stoytcheff & Co., 2014). Едва 6% от водещите 125 компании разполагат с работещ софтуер за управление на взаимоотношенията с клиентите. За сравнение може да се посочи, че в Европейските държави процентният дял на компаниите, използващи CRM-решения в дейността си, е 28% (Eurostat, 2015). Това доказва крайно ниската популярност на CRM-системите в България, дължаща се на няколко основни причини, които се явяват бариери пред бизнеса за иницирането и апробирането на иновации. Най-трудно преодолимата от тях е, че **цената на съвременните сложни CRM-системи обикновено излиза извън бюджета на малките е-магазини** (вж. табл. 1). Според проучване, проведено през 2013 г., само 12% от запитаните фирми са готови да инвестират в CRM-система без проект за еврофинансиране (ФТС България, 2013).

Таблица 1

Месечни разходи за платени CRM-системи (CRM Switch, 2013)<sup>2</sup>

Salesforce		Microsoft Dynamics CRM		SAP	
Performance	\$300	Professional	\$65	Enterprise SCM	\$199
Enterprise	\$125	Basic	\$30	Enterprise Standard	\$149
Professional	\$65	Essential	\$15	Team User CRM Sales	\$89

CRM-софтуерът се отличава с особено ниска популярност сред онлайн търговците в България, като основната причина, на която се дължи този факт, е свързана с невъзможността да бъде направена инвестиция на капитал и ресурси от тяхна страна за софтуерното осигуряване на управлението на взаимоотношенията с клиентите. Съществуващите платени решения, разработени от водещите производители на CRM-софтуер, са твърде скъпи и надвишават финансовите възможности на собствениците на малки е-магазини в България, поради което се забавя развитието на управлението на взаимоотношенията с клиентите. Както вече споменахме, само 12% от фирмите са готови да инвестират в CRM-система. От друга страна, по данни в същото проучване, 76% от запитаните смятат, че внедряването на CRM-система в дейността им, ще ги направи по-конкурентоспособни. Въз основа на казаното до тук считаме, че развитието на CRM в България може да бъде ускорено чрез откриването на безплатен софтуер, удовлетворяващ бизнес-потребностите на собствениците на малки сайтове за е-търговия.

След като разкрихме необходимостта от намирането на достъпно CRM-решение за онлайн търговците, притежаващи малки е-магазини в страната, ще разгледаме някои системи, подходящи за мащабите и естеството на бизнеса им.

Тъй като безплатните CRM-системи често се възприемат погрешно, като със системи с отворен код, първо, ще разясним различията между двата вида софтуер.

Безплатно е такова CRM-решение, което се разпространява свободно без такси за придобиването, инсталирането, интегрирането и функционирането на приложението (Meeker, 2008, p. 21 – 22).

Решенията с отворен код предоставят на потребителите достъп до кода и свобода за модифицирането му, но това не означава, че софтуерът е безплатен и че програмистите, които го разработват, го поддържат и усъвършенстват безплатно (Opensource.com, n.d.).

Следователно, имайки предвид ограничения бюджет на малките е-магазини в България, като подходящо решение можем да посочим **безплатния**

**софтуер, който може да бъде приложен за целите на управлението на взаимоотношенията с клиентите.** В това определение попадат следните видове софтуерни решения – безплатни CRM-системи, ограничени CRM-системи и адаптирани решения<sup>3</sup>.

- **Безплатните CRM-системи** биват такива, които са съхранявани на сървър, собственост на CRM-доставчика, или на такъв, който е закупен от онлайн търговеца (FitzGerald, 2012).

**Първият вид** представлява софтуер, съхраняван на хостинг, до който собственикът на е-магазина няма достъп. Основните му недостатъци са свързани със сигурността на данните, надеждността на услугата и възможността за слаба поддръжка.

**Вторият вид** безплатни CRM-системи представлява приложения, инсталирани на хостинг, закупен от търговеца. При този вид системи онлайн търговецът има пълна свобода за реализиране на корекции върху кода и начина на функциониране на системата. Избягват се и някои проблеми със сигурността на данните, което води до нейното повишаване, а високото ниво на сигурност е едно от основните изисквания при реализирането на покупки и продажби онлайн (Илиев, 2011, с. 33 – 35). И тъй като клиентите в България все още подхождат с известно недоверие към сайтовете за е-търговия, можем да посочим CRM-решенията, съхранявани на хостинг на търговеца, като по-подходящи.

- **Ограничен софтуер** – този вид решения предоставят ограничени възможности на търговците в безплатната си версия. Недостатък е твърде niskият брой на потребителите, които могат да ползват системата.
- **Адаптирани решения** – софтуерни решения, адаптирани и прилагани от търговеца за целите на CRM. Като пример могат да бъдат посочени електронни таблици в MS Excel, Google Sheets и други, използвани като база за събиране на информация за потребителите. Недостатъците им се отнасят до необходимостта от предварителна адаптация към дейността на е-магазина и ограничената им функционалност, тъй като осигуряват софтуерно даден процес само частично.

## **2. Оценка на безплатни CRM решения**

Онлайн търговците не разполагат с необходимата компетентност в областта на безплатните решения, което затруднява избора им. Те не познават системите, предлагани на софтуерния пазар и значението на техните характеристики. Едно решение с даден функционален обхват може да бъде подходящо за опре-

делен собственик на малък онлайн магазин, предвид специфичните му бизнес-потребности, но това не го прави универсално решение. Например, докато една CRM-система предлага усъвършенствани възможности в управлението на продажбите, друга е по-развита в софтуерното осигуряване на маркетинговите дейности, което разколебава онлайн търговците и забавя избора им.

Достигахме до извода, че е необходимо да се изготви система от критерии за оценка на съществуващите безплатни CRM-решения, която да помага на собствениците на малки е-магазини лесно да се ориентират и насочат към такава, отговарящо максимално на индивидуалните им изисквания. Оценъчните критерии биха могли да бъдат много по-подробни, но тъй като анализът не е насочен към разработката на CRM-софтуер, а към улесняване на търговците в избора им на решение, считаме че обособени в следните групи, условията за сравнение са достатъчно изчерпателни за удовлетворяването на тази цел:

- **Обхват на софтуера** – дава оценка на обхвата на системите в управлението на продажбите, маркетинговите дейности и други.
- **Разширени функции** – отразява функционалния обхват, който е предоставен на служителите на е-магазина за улеснение на работните процеси, включвайки функции като възможност за извличане на отчети с променлива структура, създаване на формуляри и други.
- **Социална активност** – оценява възможността за интеграция със социалните мрежи, което е важно особено, за дейността на малките е-магазини, тъй като увеличава комуникационните канали.
- **Технологии** – отразява съвкупност от технически аспекти като вида на хостинга, базата данни и други.
- **Интеграция** – показва възможностите за интеграция на системата с някои от най-използваните от онлайн търговците софтуерни продукти като e-mail клиенти и други.
- **Помощ на потребителите** – отразява набора от инструменти, чието предназначение е насочено към съдействие на потребителите.

**С цел да постигнем яснота относно това, до каква степен безплатните CRM-решения осигуряват софтуерно работните процеси в дейността на малките е-магазини, формулирахме критерии за оценка (групирани във вече дефинираните функционални направления) и изготвихме сравнение на възможностите им (вж. табл. 2). Обобщените от нас данни са въз основа на резултатите на едни от утвърдилите се като най-популярни и ефективни през последните години безплатни CRM-системи на софтуерния пазар, според реди-**

ца проучвания в областта (Bucholtz, n.d.), (Wallen, 2013), (Guay, 2014), (Bdc.ca, 2015), (G2crowd.com, 2015).

Таблица 2

Сравнение на възможностите на безплатни CRM-системи

№	Критерий	Civi CRM	Compiere	Concursive	Open Taps	Splendid-CRM	SugarCRM	vTiger	XRMS	Xtuple
<b>I</b>	<b>Обхват на софтуера</b>									
1	Автоматизация на продажбите	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2	Маркетинг	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3	Поддръжка на клиентите	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4	Управление на взаимоотношенията с партньорите	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Мобилна версия	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>II</b>	<b>Разширени функции</b>									
1	Табла за управление	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2	Хранилища за данни и онлайн аналитична обработка на данни (OLAP)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3	Отчети с променлива структура	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4	Инструменти за създаване на формуляри	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5	Инструменти за дизайн на работните процеси	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>III</b>	<b>Социална ак-</b>									



	<b>ТИВНОСТ</b>									
1	Възможност за създаване на портал на търговеца	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2	Възможност за създаване на портал на трета страна	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3	Интеграция със социалните мрежи	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>IV</b>	<b>Технологии</b>									
1	Saas	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2	Saas SLA (service license agreement)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Съхранение на хостинг на търговеца	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	LAMP	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	SQL	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	MySQL Server	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	Oracle RDBMS	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>V</b>	<b>Интеграция</b>									
1	Outlook	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3	Google Mail/Calendar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	iPhone синхронизация	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5	Android синхронизация	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Интеграция с ERP пакети	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>VI</b>	<b>Помощ на потребителите</b>									
1	Help Desk	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

2	24/7 поддръжка на клиенти	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
---	---------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	-------------------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

**Легенда:**

- Функционалността не се поддържа
- Функционалността се поддържа частично
- Функционалността се поддържа

В първата група с критерии „Обхват на софтуера“ оценките са приблизително сходни. С по-ниско ниво се отличават OpenTaps и XRMS, а най-слабо поддържаеният критерий в групата е управлението на взаимоотношенията с партньорите (Partner Relationship Management).

По разгледаните критерии в група „Разширени функции“ CiviCRM и XRMS са с по-слабо развити възможности, особено когато се отнася до хранилицата за данни и онлайн аналитичната обработка на данни, генерирането на отчети с променлива структура и инструментите за създаване на формуляри. Останалите продукти покриват критериите с относително сходни оценки.

От гледна точка на показателите, свързани със **социалната активност**, два продукта се отличават с много добра поддръжка, а именно ConcurSive и SugarCRM (Community Edition). Интеграцията със социалните мрежи е един от водещите по значимост критерии при избора на CRM-система за дейността на малките е-магазини. Продуктите OpenTaps и XRMS са с най-слаби възможности и в тази група критерии, което почти ги елиминира като възможен избор на най-подходящо за дейността на малките е-магазини решение.

В четвъртата група с критерии – „Технологии“, решенията с най-слаби възможности са Compiere и Xtuple. Предоставянето на продукта като услуга, поддръжката на SQL и MySQL Server, както и съхранението на хостинг на търговеца, са критерии, които се поддържат само от три продукта. Това са SugarCRM, Splendid CRM и XRMS.

Петата група критерии „Интеграция“ е от особена важност за работните процеси в дейността на малките е-магазини, включващи работата с e-mail клиент, интеграцията с ERP-пакети и други. Приложенията, отличаващи се с ниски възможности, са CiviCRM и XRMS, докато с по-добро ниво на интеграция са Splendid CRM и Xtuple.

Последната група с критерии „Помощ на потребителите“ също има ключова роля за CRM-системите, прилагани в е-търговията, а единственото решение, което отговаря и на двата разгледани признака, е SugarCRM.

След направения сравнителен анализ по изготвената от нас система от критерии, като направления, в които безплатните CRM-системи имат потенциал за развитие, можем да посочим **интеграцията със социалните мрежи и външни системи и приложения, необходими в работата на онлайн търговците; обогатяването на инструментариума за управление на данните за потребителите; генерирането на справки, отчети и формуляри**. От представените данни можем да направим извод, че на пазара все още не съществува безплатно решение, удовлетворяващо напълно всички изследвани критерии. Развитите в една функционална област системи имат пропуски в друга, което пречи да посочим едно най-подходящо за всички малки е-магазини решение, но **формираната от нас система от критерии за оценка помага за насочването на онлайн търговците в избора им на безплатен CRM-софтуер**.

Въпреки изброените посоки за усъвършенстване, безплатният CRM-софтуер представлява изгодно решение за онлайн търговците, собственици на малки е-магазини, затова на база на изследваните показатели, оценяваме SugarCRM Community Edition като CRM софтуер със значително по-богати възможности, в сравнение с останалите безплатни системи.

### **Заключение**

В тази статия бяха разгледани същността на CRM-системите и значението им за е-търговията. Посочени бяха част от трудностите, пред които са поставени собствениците на малки е-магазини в България и беше разкрита необходимостта от намирането на безплатно софтуерно решение. Чрез извършването на сравнителен анализ по формирана от нас система от критерии за оценка, класифицирани в шест основни групи, бяха посочени основните предимства и недостатъци на безплатните CRM-решения, предлагани на пазара. Като препоръка за софтуерното осигуряване на управлението на взаимоотношенията с клиентите в малките е-магазини посочваме съчетанието от употребата на системата SugarCRM Community Edition в комбинация със съвкупност от допълнителни приложения, ориентирани към потребностите на търговците, излизащи извън обхвата ѝ, под формата на адаптирани решения. Посоченото решение е подходящо за прилагане в дейността на малките е-магазини в България.

В резултат на извършеното изследване на безплатни CRM-системи, бяха направени изводи, които могат да насочат онлайн търговците в избора им на решение, подходящо за мащаба и специфичните потребности на бизнеса им.

Познавайки смисъла на CRM и разбирайки значението му за дейността на е-магазините, можем да твърдим, че този вид софтуер, както и електронната търговия, имат огромен потенциал за бъдещо развитие в България.

### Бележки

1. Не съществува общоприета дефиниция на понятието „малък е-магазин“. В тази статия разглеждаме като такъв е-магазин, който регистрира годишен приход под 50 000 лв., разполага с персонал под 15 души и брой на продуктите в каталога – под 4000.
2. Посочените данни отразяват цените на различните версии на CRM-системите (Salesforce, Microsoft Dynamics CRM и SAP) на месец за 1 потребител.
3. Под „адаптирани решения“ следва да се разбират софтуерни продукти, чиято функционалност би могла да бъде адаптирана и приложена за целите на CRM в дейността на малките е-магазини.

### Литература

1. Bdc.ca. (2015) *Free and low-cost customer relationship management (CRM) solutions for your business*. [Онлайн]  
Available at: <https://www.bdc.ca/EN/articles-tools/technology/free-low-cost-applications/Pages/crm-solutions-free-low-cost-options.aspx>  
[Отваряно на 11 10 2016].
2. Bucholtz, С., н.д. *The Top 10 Open Source CRM Systems*. [Онлайн]  
Available at: <http://www.crmsearch.com/top-10-open-source-crm-systems.php>  
[Отваряно на 11 10 2015].
3. Buttle, F. (2009) *Customer Relationship Management, Concepts and Technologies*. Oxford: Elsevier, Ltd..
4. CBN Pannoff, Stoytcheff & Co. (2014) *ERP, CRM и BI в Топ-100 компании от 58 водещи индустрии в България*. [Онлайн]  
Available at: <http://blog.cbn-bulgaria.com/2014/12/erp-crm-bi-100-58.html>  
[Отваряно на 2 11 2015].
5. CRM Switch (2013). *What Does CRM Actually Cost?*. [Онлайн]  
Available at: <http://www.crmswitch.com/crm-cost/crm-cost-list/>  
[Отваряно на 22 09 2015].

6. Eurostat. (2015). *Information society statistics - enterprises*. [Онлайн]  
Available at: [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Information\\_society\\_statistics\\_-\\_enterprises](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Information_society_statistics_-_enterprises)  
[Отваряно на 1 11 2015].
7. FitzGerald, M. (2012). *Free CRM software: does it exist and should small businesses go for it?*. [Онлайн]  
Available at: <https://www.onepagecrm.com/blog/free-crm-software>  
[Отваряно на 22 01 2016].
8. Fjermestad, J. (2015). *Electronic Customer Relationship Management*. 3rd ред.  
New York: Routledge.
9. G2crowd.com. (2015). *Compare CRM Software*. [Онлайн]  
Available at: <https://www.g2crowd.com/categories/crm/compare>  
[Отваряно на 11 10 2015].
10. Guay, M. (2014) *The 25 Best Free CRM Apps*. [Онлайн]  
Available at: <https://zapier.com/blog/best-free-crm/>  
[Отваряно на 11 10 2015].
11. Meeker, H. (2008) *The open source alternative: understanding risks and leveraging opportunities*. Hoboken: N.J:Wiley & Sons.
12. Opensource.com, н.д. *What is open source?*. [Онлайн]  
Available at: <http://opensource.com/resources/what-open-source>  
[Отваряно на 26 08 2015].
13. Wallen, J. (2013) *Free CRM small business tools that boost efficiency*. [Онлайн]  
Available at: <http://www.techrepublic.com/blog/smb-technologist/free-crm-small-business-tools-that-boost-efficiency/>  
[Отваряно на 11 10 2015].
14. Ward, K. (2008) *Managing the customer relationship: a framework for CRM analysis*, Illinois: Lee, In. IGI Global..
15. Wittenmann, M. & Ables, G. (2011) *Microsoft Dynamics CRM 2011 Administration Bible*. 1st ред. Indianapolis: Willey Publishing.
16. Yonazi, J. (2011) *e-Technologies and Networks for Development: First International Conference*. Dar Es Salaam: Springer.
17. Балкан Сървисис. (2015) *Ритейл индустрията се събужда за CRM системи*. [Онлайн] Available at:  
[http://www.balkanservices.com/news/detail/Ритейл\\_индустрията\\_се\\_събужда\\_за\\_CRM\\_системи/31](http://www.balkanservices.com/news/detail/Ритейл_индустрията_се_събужда_за_CRM_системи/31) [Отваряно на 1 10 2015].
18. Илиев, П., М. Кашева & С. Сълова. (2011). *Електронен бизнес I част*. Варна: Наука и икономика.

19. Русков, П., н.д. *Предизвикателствата на електронния бизнес*. [Онлайн]  
Available at: <http://lifeconsult.info/asp.php?body=article.php&obj=13>  
[Отваряно на 1 10 2015].
20. ФТС България. (2013) *Проучване „CRM системи в България“*. [Онлайн]  
Available at: [http://fts-eu.com/ckfinder/userfiles/files/CRM\\_survey\\_report.pdf](http://fts-eu.com/ckfinder/userfiles/files/CRM_survey_report.pdf)  
[Отваряно на 15 09 2015].