

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-89>

УДК 658

## ВПРОВАДЖЕННЯ CRM-СИСТЕМ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

## IMPLEMENTATION OF CRM-SYSTEMS AS A MEANS OF INCREASING THE EFFICIENCY OF MARKETING ACTIVITIES

**Янчук Тетяна Василівна**кандидат економічних наук, доцент,  
Донецький національний університет імені Василя Стуса  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3901-7670>**Боєнко Олена Юріївна**кандидат економічних наук, доцент,  
Донецький національний університет імені Василя Стуса  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2209-7731>**Yanchuk Tetiana, Boienko Olena**  
Vasyl' Stus Donetsk National University

Стаття присвячена актуальним питанням визначення поняття CRM система. Визначено роль інформаційних технологій у процесі введення маркетингової діяльності. Обґрунтовується важливість сучасних рішень в області CRM, що дозволяють підприємствам оптимізувати процес взаємодії з клієнтами, а також створювати ефективний механізм управління маркетингом, продажами і сервісом. Доведено, що впровадження систем CRM означає комплексний перехід підприємства на нову політику розвитку, орієнтовану на клієнтів, оскільки зможе забезпечити підвищення якості обслуговування клієнтів, зменшити трудовитрати на супроводження. Проаналізовано переваги і можливості CRM-систем. Досліджено види CRM, що розділені на чотири групи: операційні, аналітичні, колабораційні та комбіновані. Акцентовано увагу на використанні CRM-системи на підприємстві, як технології збирання і обробки великих масивів інформації про клієнтів що є просто необхідним у сучасних умовах ринкової економіки. Використання таких технологій дає змогу компаніям скоротити адміністративні витрати і збільшити обсяги продажів, що призводить до підвищення ефективності роботи фірми. Окреслено резерви підвищення рівня маркетингової діяльності після впровадження систем.

**Ключові слова:** CRM-системи, результативність, інформаційні технології, інновації, маркетинг, клієнти.

The article is devoted to topical issues of defining the concept of CRM system. The role of information technology in the introduction of marketing activities. The importance of modern solutions in the field of CRM is justified, allowing enterprises to optimize the process of interaction with customers, as well as create an effective mechanism for managing marketing, sales and service. Modern IT solutions in this area allow enterprises to collect a complete history of customer relationships, and always have up-to-date information about the sales process, about solving customer service problems, about the effectiveness of marketing activities. The importance of the CRM system is determined, which, like most automated information systems, is designed to quickly process a large number of information flows and quickly create reports as a reaction to a change in the functioning environment. CRM systems are rational time management, optimization of business processes, brand promotion in the market and, as a result, satisfied customers and an increase in enterprise profits. It is proved that the introduction of CRM systems means a comprehensive transition of the enterprise to a new customer-oriented development policy, as it will be able to improve the quality of customer service and reduce the labor costs of support. The advantages and possibilities of CRM-systems are analyzed. The types of CRM are investigated, which are divided into four groups: operational, analytical, collaborative and combined. The attention is focused on the used CRM-systems at the enterprise, as technologies for collecting and processing large amounts of information about customers, which is simply necessary in modern conditions of a market economy. Implementation of the CRM-system allows to expand and simplify the service, develop individualized measures to preserve and maintain contacts, improve the consumer properties of the offered goods and services, it is a powerful tool for organizing effective communications. The use of such technologies allows companies to reduce administrative costs and increase sales, which leads to increased efficiency of the company. The reserves of increasing the level of marketing activities after the introduction of systems are outlined.

**Keywords:** CRM-systems, efficiency, information technologies, innovations, marketing, customers.

**Постановка проблеми.** Сучасні реалії, в яких сьогодні функціонують бізнес, свідчать про те, що успішними можуть бути лише ті компанії, які зуміли побудувати ефективні маркетингові комунікації, поставивши на перше місце інтереси споживача. Розуміння того факту, що клієнти – основа будь-якого бізнесу, заради чого починається діяльність та багато в чому залежить успіх та прибутковість компанії, – є вже запорукою зростання ефективності та підняття на новий рівень.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питаннями CRM-систем досліджувались багатьма вченими, зокрема Бутенко Н., Берестова Т., Вишлінський Г., Вишневська М., Гужва В., Ганущак-Єфіменко Л. М., Гордієнко Д. О., Литвинова О. В., Лобань О. О., Островерхов В. М., Сьомкіна Т. В., Шпортько Г., Янчук Т. В. та інші.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Знаючи, що відбувається в реаліях життя та на рівні бізнесу, необхідно діяти перш за все з кроком вперед ніж конкуренти. Впроваджувати новітні технології, застосовувати прогресивні методи продажів, залучати професіоналів і це ще тільки малий список та перелік того, що необхідно для сучасного ведення бізнесу. З кожним роком клієнт становиться вибагливим та вимогливим, підприємства розробляють різні стратегії щодо якісного та швидкого обслуговування. Актуальним питанням для управління підприємством є клієнтоорієнтований маркетинг з використанням технологій, що дозволять залучати, утримувати та управляти клієнтами. Для цього важливим є вивчення та впровадження CRM-систем, що зможуть побудувати взаємовідносини зі споживачами. Можливості CRM-систем багатогранні, і як результат – збільшувати рівень лояльності та продажів.

**Формулювання цілей статті.** Дослідити роль від впровадження CRM-систем на ефективність ведення маркетингової діяльності.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Основна місія CRM (Customer Relationship Management) полягає в об'єднанні різних інструментів бізнес-процесів в налагоджену систему. В даній програмі об'єднуються і завдання, нагадування, щоденники, таблиці Excel, месенджери, соціальні мережі, сайт, багато документів та різних інструментів, які працюють окремо, але об'єднавши їх в єдину систему дозволять в одному місці мати дані про клієнтів, управляти угодами, контролювати за менеджерами, проводити аналітику і прогнозувати дані на майбутнє. Якість при-

йнятих рішень, продуктивність праці зростає з впровадженням даних CRM-систем.

Багато підприємств, не зважаючи на пандемію, яка вплинула на бізнес, а сьогодні війну – намагаються вести бізнес, допомагати ЗСУ волонтерством та платити податки, підтримуючи економіку України.

Проблемою номер 1 для сучасного бізнесу – це перетворення просто відвідувачів на постійних клієнтів. Є хибне рішення, що вкладаючи величезні кошти в залучення відвідувачів – маркетинг, рекламу, SEO-просування ви досягнете результатів. Ні, цього замало, необхідно грамотно підходити до цього процесу, аналізувати, проводити аналітику та тільки після цього приймати рішення.

Ті підприємства, які діють сьогодні та обрали клієнтоорієнтовану стратегію ведення бізнесу швидше отримують успіх, так як CRM – система, спрямована на побудову стійкого бізнесу концепція і є ядром клієнтоорієнтованого підходу [5].

Абревіатура CRM походить від англійського Customer Relationship Management, що в перекладі означає «управління взаємовідносинами з клієнтами». Звідси слідує, що CRM-система – набір технологій, які дозволяють автоматизувати бізнес-процеси, які торкаються взаємодії з клієнтами [1].

Якщо розглядати будову CRM, то це складний бізнес-процес, набір додатків, що включає процес збору інформації і до прийняття рішень на його основі. Дана система дозволяє проводити автоматизацію відповідних бізнес-процесів в маркетингу, продажах і обслуговуванні клієнтів [4].

За допомогою CRM-системи заявки покупців на сайті і дзвінки автоматично фіксуються в базі і перетворюються в завдання для співробітників; всі етапи бізнес-процесів контролюються в системі; віртуальний щоденник завдань для співробітників; аналітика та прогноз; історія договорів та ін.

Для того, щоб розібратися в перевагах та можливостях системи, побудуємо рис. 1 [2].

За дослідженнями, які проводились в Україні, було визначено, що на утримання одного клієнта витрат у 5 разів менше, ніж на залучення нового; в основному клієнти приносять прибуток у повному обсязі лише через рік після співпраці; якщо неефективні комунікації, то 65% клієнтів компаній майже не приносять прибутку; збільшення постійних клієнтів на 5% збільшує обсяги продажів більш, ніж на 25%, а прибуток – на 50–100%.



Рис. 1. Переваги і можливості CRM-систем

Враховуючи вподобання сучасного клієнта, підприємці повинні розуміти, що 75% споживачів потребують ідеального обслуговування. По певним прогнозам на кінець 2023 року 81% організацій будуть використовувати AICRM-системи для удосконалення взаємодії з клієнтами, тобто використання штучного інтелекту. Підприємства, які впровадили в діяльність CRM-системи та використовують збільшують конверсію лідів на 17% та продуктивність роботи на 21%.

Поштовхом швидкого розвитку та розробки нових CRM-систем стала російсько-українська війна, і те що до 2022 року багато підприємств використовували системи російського виробника. Сьогодні в Україні CRM – великий та швидкозростаючий ринок програмного забезпечення. Якщо підраховувати ефективність від систем, то повернення інвестицій (ROI) в розмірі 8.71 долара на кожний витрачений долар. За цих умов термін окупності впровадження даних технологій становить близько 1 року [8].

За допомогою системи CRM можна забезпечити координацію дій різних відділів та налагодити взаємодію з клієнтами. Підбираючи системи, необхідно розуміти, що вам потрібно, так як варіацій CRM-систем багато. Якщо до 24 лютого 2022 року власники бізнесу в Україні ставився до російського продукту доволі лояльно, то тепер будь-що російське

стало, м'яко кажучи, неприйнятним. Вторгнення РФ в Україну внесло безліч корективів у роботу бізнесу. У тому числі і у їхнє ставлення до російського продукту. Рік тому на українському ринку CRM лідирували російські сервіси – в першу чергу це Bitrix24 та AmoCRM. Українська CRM – SalesDrive в 16 разів поступалася російському лідеру Bitrix24. Українські CRM попри війну наростили кількість клієнтів. Українська CRM SalesDrive – обігнала російську AmoCRM і вирвалася на 3-тє місце. KeerpinCRM – виросла понад вдвічі. Російські CRM втратили понад 60% клієнтів в Україні. AmoCRM, retailCRM, YCLIENTS – втратили понад 75%.

Наведемо динаміку використання найпопулярніших систем в Україні, в 2022 році та їх зміну з війною.

Проаналізувавши CRM-системи в Україні та провівши дослідження серед 46 підприємств України, які користуються даними системами було складено список топових систем, станом на січень 2023 року (таблиця 1).

Сучасні підприємства приймають рішення щодо впровадження таких систем, тоді, коли виникають такі ситуації [1–5]:

- Залучення та утримання клієнтів;
- Захист особистих даних. Зберігання все в одному місці, на захищених серверах;
- Мінімізація витрат;

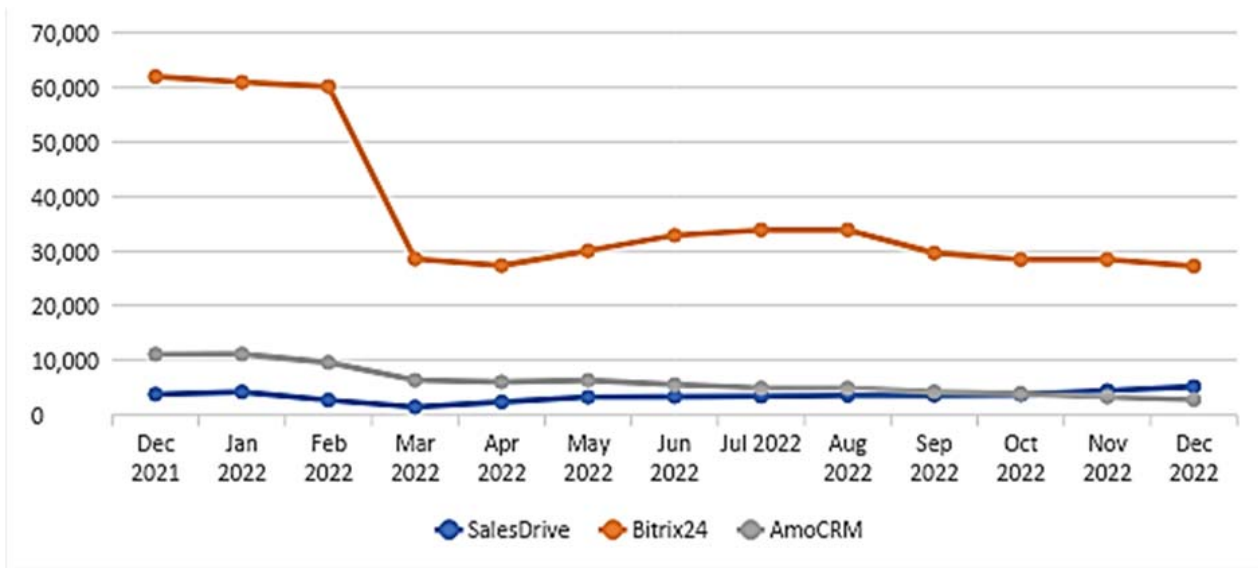


Рис. 2. Динаміка використання популярних російських та українських систем в Україні

Таблиця 1

## Основні CRM-системи в Україні [2–5]

Назва системи	Характеристика
1	2
Creatio	єдина хмарна CRM-система для великих та середніх компаній, яка допомагає об'єднати та прискорити процеси продажу, маркетингу та сервісу, а також операційні процеси організації. Це система, яка містить функціонал CRM та BPM (управління бізнес-процесами). Ціна: від 25\$/місяць за одного користувача.
SalesDrive	система управління продажами. Можна налаштувати сервіс під конкретний бізнес з різних галузей. Інтеграція CRM з інтернет-магазином, телефонією, SMS, Новою Поштою, Укрпоштою, Instagram, Facebook, Viber, Telegram, Email. Приватбанк, Монобанк, РРО, склад, рахунки, витрати. Prom, Rozetka, OpenCart, WordPress, Хорошоп.
LP-CRM	CRM-система для товарного бізнесу, яка створювалася з метою особистого користування. Переваги LP-CRM: Легко слідкувати за замовленнями, їх статусами, а також одразу створювати ТТН, так як в LP-CRM наявні інтеграції із службами доставки: «Нова Пошта», «Укрпошта» та «Justin»; Інтеграція з популярними українськими маркетплейсами Prom та Rozetka дозволяє переносити всі замовлення з них у CRM без ризику їх втрати; Інтеграція з ПРРО Checkbox дозволяє створювати електронні чеки та одразу реєструвати їх у ДПС. Ціна: \$9.99 на місяць – включає двох користувачів та підтримує до 200 замовлень.
KeepinCRM	проста та функціональна CRM-система для роботи компанії та автоматизації процесів. Все необхідне в одній системі: від роботи з лідами до ведення фінансів. Постійні оновлення, доступна вартість. Ціна: 1 користувач безкоштовно, кожен наступний – 250 грн. на місяць.
HugeProfit	це система управління товарним бізнесом, яка призначена для автоматизації основних фінансових процесів: обліку залишків товару, контролю продажів та наочного відображення доходів та витрат. HugeProfit дає можливість повністю автоматизувати бізнес: від закупки товару до отримання його покупцем. Ціна: від 99 грн. Є пробна версія тривалістю місяць, а також можливість отримати 300 грн бонусів.

Продовження Таблиці 1

1	2
Pipedrive	один із лідерів програмного забезпечення CRM, а також переможець премії «Expert's Choice Award» за 2017 рік. Pipedrive є найефективнішою CRM-системою для управління конвеєрами продажів для постачальників та підприємств, що розвиваються, а великий набір функцій для компаній безперечно це підтверджує. Ціна: Від \$19 на місяць.
CleverBOX:CRM	готовий набір інструментів для керування салоном краси, клінікою, центром. Більше 100 модулів для ефективного управління компанією від запису в календарі до інтеграції з вайбер та телеграм, складським обліком і фінансовим обліком. Автоматизуємо до 70% ключових процесів підприємства. Ціна: від \$36 на місяць
PERFECTUM CRM+ERP	український продукт. Система для всієї компанії може покривати всі процеси компанії. Має корпоративні та галузеві рішення та доступна у хмарній або коробковій версії системи з мобільним додатком. Модульна структура дозволяє розширювати функціонал та кастомізувати її під себе. Ціна: від 175 грн. за 1 користувача.
KeyCRM	українська CRM-система із фокусом на товарний бізнес. Переваги KeyCRM: Готові модулі для автоматизації торгівлі з локальними (Prom.ua, Rozetka) та глобальними e-commerce платформами (eBay, Etsy, Amazon, Shopify, Woocommerce, PrestaShop, Magento). Доступні одразу після підключення та підтягують не тільки замовлення, а також синхронізують залишки та прораховують комісії маркетплейсів. Вбудовані інтеграції з українськими (Нова пошта, Укрпошта, Justin) та зарубіжними (USPS, DHL, UPS, FedEx, WesternBid, SellerOnline, SkladUSA) службами доставки/посередниками. Офіційна інтеграція з Instagram (дірект, сторіз, коментарі – в вікні CRM-системи) та месенджерами Viber та Telegram: чати з клієнтами та оформлення замовлення прямо всередині CRM. Ціна: від 19\$. Безкоштовний доступ до 30 днів одразу після реєстрації.

- Систематизація бази щодо клієнтів;
- Економія часу;
- Збільшення продуктивності праці.
- Якісна, віддалена робота.

Застосування CRM-систем сприяють підвищенню ефективності роботи підприємств. Якщо раніше такі системи використовували тільки великі компанії, то на сьогодні популярність впровадження таких систем зросла на відносно невеликих підприємствах.

Взагалі CRM-системи допомагають збирати, аналізувати та зберігати великий обсяг інформації. Щоб достовірно визначити стан свого бізнесу – варто звернути увагу на кілька критичних KPI. Такі питання, як RFM, CLV, CRR і CCR, показник покинутого кошика і cross-sell/up-sell є важливими елементами побудови ефективної стратегії продажів. CRM-система, має можливість проводити аналітику звітності та аналізувати KPI.

1. Крім цього, можна проаналізувати ефект від впровадження CRM системи, для цього використовують такі показники:

2. Зростання кількості лідів.
3. Зростання кількості потенційних угод на шляхом збільшення кількості лідів, і на під-

вищення конверсії. Тобто шляхом якісної сегментації клієнтів, автоматизації взаємодії з клієнтом і підвищення продуктивності роботи співробітників в результаті автоматизації рутинних завдань.

4. Зростання кількості укладених угод.

Підвищення суми середнього замовлення.

З точки зору управління бізнесом ефект від впровадження CRM виявляється в тому, що підвищується швидкість реакції на запити, росте швидкість обороту коштів і знижуються витрати.

**Висновки.** CRM включає в себе ідеологію і технології створення історії взаємин клієнта і фірми, що дозволяє більш чітко планувати бізнес і підвищувати його стійкість. Зі зростанням бізнесу та масштабуванням продажів, взаємини з клієнтами все відчутніше впливатимуть на всі робочі процеси: від розробки продуктів до їх реалізації. Тому, чим раніше впровадити в діяльність підприємства CRM-системи - тим швидше зможете надавати клієнтам ефективні рішення, раціонально управляти часом, оптимізувати бізнес-процеси, просувати бренд на ринку та, як наслідок, збільшувати прибуток підприємства.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. CRM-системи стали найбільшим сегментом ринку в 2022 році. URL: <https://news.finance.ua> (дата звернення: 09.01.2022).
2. TQM systems. Впровадження CRM-системи: роль CRM-технологій у підвищенні ефективності бізнесу. URL: <https://tqm.com.ua/ua/likbez/crm-systemy/rol-vprovadzhennia-crm> (дата звернення: 4.01.2023)
3. Бутенко Н. В. Впровадження концепції CRM на промисловому ринку. *Економіка та держава*. 2019. № 3. С. 40–42.
4. Ганущак-Єфіменко Л. М. CRM-система як ефективний інструмент розвитку готельного бізнесу в Україні. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія : Економічні науки*. 2017. № 4. С. 51–56.
5. Островерхов В. М. Застосування CRM-систем у маркетинговій діяльності та управлінні персоналом транспортних підприємств. *Економічний аналіз*. 2018. № 3. С. 199–206. URL: <https://www.econa.org.ua/index.php/econa/article/download/1581/6565656670> (дата звернення: 5.01.2023).
6. Результати дослідження ринку CRM в Україні. URL: <https://www.bitrix24.ua> (дата звернення: 10.12.2022).
7. Сьомкіна Т. В., Литвинова О. В., Лобань О. О. Особливості моделей функціонування ІТ-компаній в Україні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2018. Вип. 19(3). С. 84–87.
8. CRM-системи – що це таке і в чому їхня користь для бізнесу? *Lemarbet*. URL: <https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/crm-sistemy/>. (дата звернення: 11.01.2023).
9. Гордієнко Д. О. Особливості впровадження CRM-систем у діяльність підприємств *Облік, аналіз, аудит та оподаткування: сучасні концепції розвитку* : Зб. матеріалів VII Всеукраїнської науково-практичної студентської конференції; 11 травня 2021 р. Київ : КНЕУ, 2021. С. 446–448.
10. Навіщо впроваджувати CRM-систему: основні функції та переваги URL: <https://nethunt.ua/blog/navishcho-vprovadzhuвати-crm-sistemu-osnovni-funktsiyi-ta-perevaghi> (дата звернення: 17.12.2022).
11. Шпортько Г., Вишнеvsька М. Критерії вибору CRM-система *Трансформація податкової та обліково-аналітичної систем в контексті сучасних кризових явищ: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції*, м. Чернівці (Україна, 20 травня 2021 р. Чернівці : Технодрук, 2021. 379 с.
12. Янчук Т. В. Використання сучасних інформаційних технологій в маркетинговому механізмі державного управління у регіональному розвитку. *Економіка і організація управління*. 2017. № 2. С. 100–108.

## REFERENCES:

1. CRM-systemy staly naibilshym sehmentom rynku v 2022 rotsi [CRM systems have become the largest market segment in 2022]. Available at: <https://news.finance.ua>.
2. TQM systems. Vprovadzhennia CRM-systemy: rol CRM-tekhnologii u pidvyshchenni efektyvnosti biznesu [TQM systems. Implementation of the CRM system: the role of CRM technologies in improving business efficiency]. Available at: <https://tqm.com.ua/ua/likbez/crm-systemy/rol-vprovadzhennia-crm>.
3. Butenko N. V. (2019) Vprovadzhennia kontseptsii CRM na promyslovomu rynku [Implementation of the CRM concept in the industrial market]. *Economy and state*. № 3. P. 40–42.
4. Hanushchak-Yefimenko L.M. (2017) CRM-systema yak efektyvnyi instrument rozvytku hotelnoho biznesu v Ukraini [CRM-system as an effective tool for the development of hotel business in Ukraine]. *Bulletin of Kyiv National University of Technology and Design. Series: Economic Sciences*. № 4. P. 51–56.
5. Ostroverkhov V. M. (2018) Zastosuvannia crm-system u marketynhovii diialnosti ta upravlinni personalom transportnykh pidpriemstv [Application of crm-systems in marketing activities and personnel management of transport enterprises]. *Economic analysis*. № 3. P. 199–206. Available at: <https://www.econa.org.ua/index.php/econa/article/download/1581/6565656670>.
6. Rezultaty doslidzhennia rynku CRM v Ukraini [Results of CRM market research in Ukraine]. Available at: <https://www.bitrix24.ua>.
7. Somkina T. V., Lytvynova O. V., Loban O. O. (2018) Osoblyvosti modelei funktsionuvannia IT-kompanii v Ukraini [Features of models of functioning of IT-companies in Ukraine]. *Scientific Bulletin of Uzhgorod National University. Series: International economic relations and world economy*. Vol. 19(3). P. 84–87.
8. CRM-systemy – shcho tse take i v chomu yikhnia koryst dlia biznesu? Lemarbet [CRM systems – what is it and what are their benefits for business? Lemarbet]. Available at: <https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/crm-sistemy/>.
9. Hordiienko D. O. (2021) Osoblyvosti vprovadzhennia CRM-system u diialnist pidpriemstv [Features of the introduction of CRM-systems in the activities of enterprises] *Accounting, analysis, audit and taxation: modern*

*concepts of development: Sat. materials of the VII All-Ukrainian Scientific and Practical Student Conference*. Kyiv: KNEU. P. 446–448.

10. Navishcho vprovadzhuvaty CRM-systemu: osnovni funktsii ta perevahy [Why implement a CRM system: the main functions and advantages]. Available at: <https://nethunt.ua/blog/navishcho-vprovadzhuvaty-crm-sistemu-osnovni-funktsiyi-ta-pierievaghi/>.

11. Shportko H., Vyshnevska M. (2021) Kryterii vyboru CRM-systema [Criteria for choosing a CRM system] *Transformation of tax and accounting and analytical systems in the context of modern crisis phenomena: materials of the International Scientific and Practical Conference*, Chernivtsi (Ukraine, May 20, 2021 Chernivtsi: Technodruk. 379 p.

12. Yanchuk T. V. (2017) Vykorystannia suchasnykh informatsiinykh tekhnolohii v marketynhovomu mekhanizmi derzhavnoho upravlinnia u rehionalnomu rozvytku [The use of modern information technologies in the marketing mechanism of public administration in regional development]. *Economics and organization of management*. № 2, pp. 100–108.