

## ВИКОРИСТАННЯ CRM-СИСТЕМ В УКРАЇНІ

**Владислава Беспала**

магістрантка

спеціальності «Менеджмент»

*Науковий керівник:* **Анатолій Павленчик**

канд. екон. наук, доцент

кафедри інформатики та кінезіології

Львівський державний університет

фізичної культури імені Івана Боберського

Упровадження та освоєння бізнесами різноманітних інновацій із кожним роком набирає обертів. Це впливає на загальне зростання конкурентоспроможності підприємства та формування ефективних клієнтських відносин, які багато в чому забезпечують прибутковість підприємства. Однією з таких інновацій, які стрімко розвиваються, є CRM-системи. З кожним днем вони стають дедалі більш необхідним елементом для успішного розвитку бізнесу.

CRM-система (eng. Customer Relationship Management system) – програма для ефективного управління взаємовідносинами з клієнтами за допомогою автоматизації бізнес-процесів, пов'язаних із продажами, сервісним обслуговуванням і маркетингом [1]. Завдання цієї системи: зростання продажів, підвищення якості обслуговування клієнтів, продуктивність праці персоналу.

За даними дослідження компанії «Бітрікс24 Україна», 68% українських компаній не працюють з такими системами та не планують вкладати гроші в їх впровадження. На багатьох підприємствах використовують Excel (зокрема, для ведення клієнтської бази), 1С (для бухгалтерського обліку), М. Е. Дос, офісні програми та паперову звітність [2].

Дослідження свідчить, що основними причинами, згідно з якими підприємці бажають упровадити систему, є зручність ведення клієнтської бази та можливість керувати процесом продажів. Менеджери перестають

справлятися із навантаженням і починають забувати здійснювати комунікації з клієнтом. Тому ж компанії починають шукати інструменти, щоб спочатку оптимізувати внутрішні процеси, а потім вже будувати роботу щодо утримання теперішніх клієнтів. Також за допомогою системи підприємці бажають відстежувати ключові бізнес-показники, такі як кількість укладених / відкладених угод, кількість закритих проєктів, клієнтів тощо.

Згідно з результатами дослідження, зі 1009 компаній у сфері великого, малого та середнього бізнесу 68% опитаних підприємців не знають та ніколи не чули про CRM-систему. Водночас 86% заявили, що найближчого року не планують витратити ресурси на впровадження. Лише 6% підприємців працюють з CRM-системою. Оскільки основна причина впровадження – зручність у веденні клієнтської бази, підприємці очікують, що системи повинні зберігати інформацію про клієнта, його угоди та вподобання в одному місці, що поліпшить роботу менеджерів.

#### **Список використаних джерел**

1. Бітрікс 24 [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.bitrix24.ua/crmresearch2018/> (дата звернення: 08.09.2022).
2. Впровадження CRM системи Microsoft Dynamics. [Електронний ресурс]. – URL: <https://innoware.ua/crm-implementation/> (дата звернення: 06.09.2022).