

DOI 10.32782/2786-8559/2024-4-23
УДК 658:005.5

Прощенко Андрій Костянтинович

аспірант кафедри комерційної діяльності і логістики,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0281-0993>

**ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ CRM-СИСТЕМ
У ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ**

Метою статті є оцінка впливу впровадження CRM-систем на ефективність управління та розвиток підприємств малого бізнесу. В статті проведено аналіз актуальних досліджень та публікацій в сфері ефективності впровадження CRM-систем у діяльність підприємств, що свідчать про значний інтерес до цієї теми серед науковців та практиків. Разом з тим, потребує більш глибокого аналізу ефективність впровадження CRM-систем у малому бізнесі та їх вплив на показники ефективності та рентабельності. В статті визначено унікальні виклики, які впливають на вибір CRM-системи для підприємств малого бізнесу та визначено, що оптимальний вибір полягає в обранні спрощеної системи з необхідними функціями, спрямованої на управління відділом продажів, з легким освоєнням та простотою управління та налаштуванням інтерфейсу. Виділено переваги впровадження CRM-системи на підприємства малого бізнесу та підтверджено, що впровадження CRM-системи в малому бізнесі допомагає підвищити ефективність управління та контролю над бізнес-процесами, сприяючи швидшому прийняттю рішень та оптимізації використання ресурсів. Проведено оцінку ефективності впровадження CRM-систем у діяльність підприємств малого бізнесу на прикладі ТОВ «КОМСІТІ». Визначено, що впровадження CRM-системи в сучасний бізнес, особливо в діяльність малих підприємств, є ключовим кроком у покращенні управління та досягненні максимальних результатів. Впровадження CRM-системи KeyCRM в ТОВ «КОМСІТІ» у 2021 році має вирішальне значення у контексті його спеціалізації у сфері комплексного обслуговування об'єктів, що включає централізоване водопостачання та управління відходами. Визначено, що фінансовий результат ТОВ «КОМСІТІ» значно покращився, що виявляється у збільшенні чистого прибутку та свідчить про успішність впровадження CRM-системи, але також вказує на необхідність управління витратами та ефективного контролю за ними для подальшого стабільного розвитку бізнесу. Відмічено, що впровадження CRM-системи сприяло покращенню всіх показників рентабельності ТОВ «КОМСІТІ», що свідчить про успішну стратегію управління та великий потенціал для подальшого розвитку.

Ключові слова: CRM-система, малий бізнес, клієнти, ефективність, рентабельність.

Andriy Proshchenko

Kyiv National Economic University Named after Vadym Hetman

**EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF CRM SYSTEMS
IMPLEMENTATION IN THE ACTIVITIES OF SMALL BUSINESSES**

The aim of the article is to assess the impact of CRM systems implementation on the efficiency of management and development of small businesses. The article analyzes current research and publications in the field of efficiency of implementation of CRM systems in the activities of enterprises, which indicate a significant interest in this topic among scientists and practitioners. At the same time, a more in-depth analysis of the effectiveness of implementing CRM systems in small business and their impact on efficiency and profitability indicators is required. The article identifies the unique challenges that affect the choice of a CRM system for small businesses and determines that the optimal choice is to choose a simplified system with the necessary functions aimed at managing the sales department, with easy learning and ease of management and customization of the interface. The advantages of introducing a CRM system to small businesses are highlighted and it is confirmed that the introduction of a CRM system in small business helps to increase the efficiency of management and control over business processes, facilitating faster decision-making and optimizing the use of resources. The efficiency of implementation of CRM-systems in the activities of small businesses on the example of LLC "Komsiti" is evaluated. The article determines that the introduction of a CRM system in modern business, especially in the activities of small enterprises, is a key step in improving management and achieving maximum results. The implementation of the KeyCRM CRM system at LLC "Komsiti" in 2021 is crucial in the context of its specialization in the field of integrated facility mainte-

nance, including centralized water supply and waste management. It is determined that the financial result of LLC "Komsiti" has significantly improved, which is manifested in an increase in net profit and indicates the success of the CRM system implementation, but also indicates the need for cost management and effective control over them for further stable business development. It is noted that the implementation of the CRM system contributed to the improvement of all profitability indicators of LLC "Komsiti", which indicates a successful management strategy and great potential for further development.

Keywords: CRM-system, small business, customers, efficiency, profitability.

Вступ. В умовах нестабільності зовнішнього середовища, спричиненої військовим станом, девальвацією національної валюти та високою інфляцією, власники малого бізнесу активно розвивають конкурентні переваги своїх підприємств за допомогою впровадження різноманітних інформаційних продуктів, зокрема спеціалізованих CRM-технологій, що сприяють ефективному управлінню бізнес-процесами та збільшенню прибутку шляхом якісного аналізу клієнтської бази та розробки індивідуального підходу до кожного клієнта.

CRM-системи не лише допомагають зберігати та аналізувати дані про клієнтів, але й дозволяють власникам малих бізнесів ефективно керувати всіма аспектами взаємодії з клієнтами, включаючи управління контактами, відстеження потреб клієнтів, планування та аналіз продажів. Вони також сприяють підвищенню ефективності роботи з великим обсягом інформації, допомагаючи вирішувати завдання з взаємодії з клієнтами більш систематично та ефективно. Такий підхід дозволяє малому бізнесу підтримувати високий рівень обслуговування клієнтів, що є ключовим фактором успіху в умовах економічної нестабільності.

Матеріали та методи. Актуальні дослідження та публікації в сфері ефективності впровадження CRM-систем у діяльність підприємств свідчать про значний інтерес до цієї теми серед науковців та практиків. Білоцерківський О.Б. зосереджується на аналізі методів оцінки економічної ефективності впровадження CRM-систем у торговельних підприємствах та пошуку найбільш оптимальних підходів до цієї оцінки [1]. Болотна О.В. та Скорик Б.Ю. розглядають сутність CRM-систем, їх конкурентні переваги та способи впровадження у підприємство [2]. Дослідження Войтовича С., Лорві І. та Букало Н. стосується застосування CRM-технологій для автоматизації процесів обслуговування та взаємодії із споживачами [3]. Робота Кагана І.В. та Костючко С.М. підкреслює роль CRM-систем як інструменту підвищення ефективності бізнесу [4]. Оксамитна Л.П. та Пряха Р.І. оглядають підходи до оцінки ефективності CRM-систем [5], а Савран Н.В. систематизує етапи розвитку та класифікує види CRM-систем [6]. Робота Скрипчук П.М. та Скрипчук М.П. визначає інноваційні аспекти використання CRM-систем в аграрному бізнесі [7], тоді як Хлестун Д.М. пропонує удосконалення системи управ-

ління комунікацією організації через автоматизацію процесу надання послуг у середовищі CRM [10]. В цілому, ці дослідження спрямовані на вдосконалення використання CRM-систем для підвищення ефективності діяльності підприємств.

Незважаючи на значний інтерес до теми використання CRM-систем на підприємствах, слід відзначити, що деякі аспекти цього питання залишаються недостатньо дослідженими. Зокрема, потребує більш глибокого аналізу ефективність впровадження CRM-систем у малому бізнесі та їх вплив на показники ефективності та рентабельності.

Мета статті. Оцінка впливу впровадження CRM-систем на ефективність управління та розвиток підприємств малого бізнесу.

Результати. Для малих підприємств основним завданням часто є збереження клієнтів і максимальна підтримка взаємодії з ними, щоб усі зусилля з привертання їх не були марними. Контроль над потоком вхідних дзвінків та запитів з різних джерел має велике значення. CRM-системи дозволяють зберігати всю необхідну інформацію про клієнтів, їх вподобання, інтереси, історію дзвінків і покупок, а також список укладених угод. Ці дані дозволяють оптимізувати роботу малих підприємства, спрямовану на отримання максимального прибутку. Впровадження CRM-систем дозволяє розширити можливості для ведення бізнесу.

У малому бізнесі існують унікальні виклики, які впливають на вибір CRM-системи. Обмежений бюджет на програмне забезпечення, складний процес навчання та простота управління є ключовими факторами, які впливають на цей вибір. По-перше, важливо обрати CRM-систему, яка пропонує лише необхідний мінімум функцій. Оскільки більшість функцій може зробити систему дорожчою, обрання спрощеної CRM-системи допоможе малому бізнесу уникнути непотрібних витрат. По-друге, важливо, щоб CRM-система була спрямована безпосередньо на управління відділом продажів. Для малого бізнесу це може бути вирішальним фактором, оскільки вони часто не потребують всіх опцій, які пропонуються в інших системах. По-третє, простота освоєння програми та можливість коригування налаштувань є критичними для невеликої фірми та допомагає зменшити витрати на навчання та підтримку, а також полегшує процес інтеграції для нових користувачів. Разом з тим, простота налаштування інтерфейсу також має велике значення.

Інтерфейс повинен бути легким у використанні та дозволяти коригувати налаштування без додаткової допомоги, що дозволяє малому бізнесу ефективно використовувати свої ресурси. Отже, вибір CRM-системи для малого бізнесу повинен бути обґрунтованим і узгодженим з унікальними потребами та обмеженнями компанії. Оптимальний вибір полягає в обранні спрощеної системи з необхідними функціями, спрямованої на управління відділом продажів, з легким освоєнням та простою управління та налаштуванням інтерфейсу.

Впровадження CRM-системи на підприємства малого бізнесу призводить до отримання низки значних переваг у контролі та управлінні бізнес-процесами (рис. 1).

По-перше, CRM-система сприяє підвищенню швидкості прийняття рішень, оскільки об'єднує дані про клієнтів та полегшує їх аналіз, що дозволяє оперативно реагувати на запити та ухвалювати рішення. По-друге, CRM-система збільшує ефективність використання робочого часу, автоматизуючи відстеження важливих подій та сповіщаючи про них, що допомагає уникнути втрат часу на пошук інформації. По-третє, вона підвищує віддачу від маркетингових заходів, оскільки зберігає всю інформацію про клієнтів та їх історію взаємодії, що дозволяє орієнтувати маркетинг на конкретних клієнтів. По-четверте, CRM-система дозволяє визначити цінність кожного клієнта та спланувати ресурси для роботи з ним. По-п'яте, вона допомагає скоротити паперовий документообіг, переносячи всі документи в електронний вигляд. Разом з тим, CRM-система забезпечує захист і збереження даних, організуючи централізоване управління доступом та забезпечуючи безпеку даних про клієнтів. Впровадження CRM-системи в малому бізнесі допомагає підвищити ефективність управління та контролю над бізнес-процесами, сприяючи швидшому прийняттю рішень та оптимізації використання ресурсів. Крім того, це забезпечує підприємствам можливість зберігання та захисту важливих даних про

клієнтів, що є важливими для подальшого розвитку і успіху бізнесу.

Оцінимо ефективність впровадження CRM-систем на прикладі ТОВ «КОМСІТІ», що спеціалізується на наданні комплексних послуг з обслуговування об'єктів, включаючи централізоване водопостачання, яке відповідає стандартам якості питної води та необхідному тиску. Крім цього, компанія також здійснює управління змішаними відходами, пропонуючи різноманітні системи обробки побутових відходів, включаючи і контейнерні, і безконтейнерні варіанти [9]. Цей інтегрований підхід дозволяє ТОВ «КОМСІТІ» забезпечувати клієнтів надійними та ефективними рішеннями з метою збереження навколишнього середовища та забезпечення комфорту проживання.

Впровадження CRM-системи KeyCRM в ТОВ «КОМСІТІ» у 2021 році має вирішальне значення у контексті його спеціалізації у сфері комплексного обслуговування об'єктів, що включає централізоване водопостачання та управління відходами. Це стратегічне рішення дозволило ТОВ «КОМСІТІ» ефективніше взаємодіяти з клієнтами, оптимізувати процеси обслуговування та підвищити їхнє задоволення від наданих послуг. З урахуванням особливостей діяльності ТОВ «КОМСІТІ», використання CRM-системи дозволяє збирати та аналізувати дані про споживачів води та відходи, забезпечуючи інформацією щодо їхніх потреб та вимог. Зокрема, система допомагає відстежувати обсяги споживання води кожним клієнтом, прогнозувати потреби в обслуговуванні, а також надавати індивідуалізовані рекомендації щодо оптимізації використання водних ресурсів та впровадження ефективних методів управління відходами. Додатково, CRM-система дозволяє ТОВ «КОМСІТІ» підвищити ефективність маркетингових заходів, створюючи можливість персоналізованого звернення до клієнтів з пропозиціями, спрямованими на підвищення їхньої лояльності та залучення нових клієнтів.

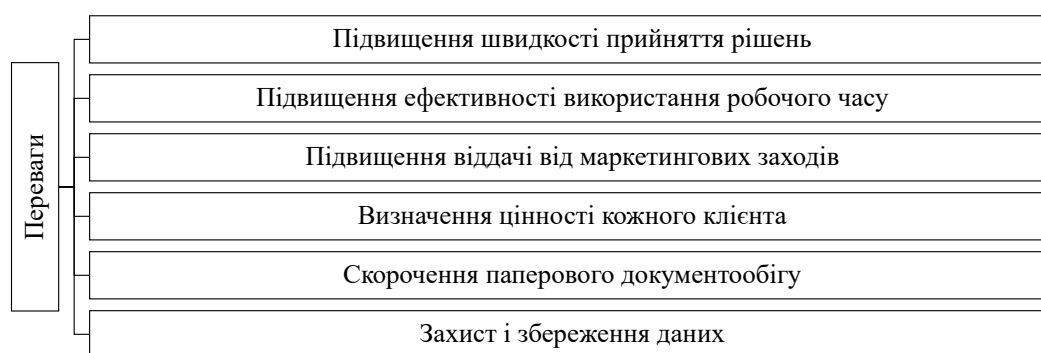


Рисунок 1 – Переваги впровадження CRM-системи на підприємства малого бізнесу

Джерело: розроблено автором

Таблиця 1 – Динаміка фінансових результатів ТОВ «КОМСІТІ» до та після впровадження CRM-системи за 2020–2022 рр.

Показник	Роки			Відхилення 2022 р./2020 р.	
	2020 р.	2021 р.	2022 р.	тис грн	%
Чистий дохід	20275	46798	75779	55504	273,76
Собівартість	15509	38227	52944	37435	241,37
Інші операційні доходи	213	0	0	-213	-100,00
Інші операційні витрати	3280	6163	12896	9616	293,19
Інші витрати	21	115	131	110	528,71
Разом доходи	20488	46798	75779	55291	269,87
Разом витрати	18810	44505	65971	47161	250,72
Фінансовий результат до оподаткування	1678	2293	9808	8130	484,58
Податок на прибуток	302	413	1765	1463	484,57
Чистий прибуток	1376	1880	8043	6667	484,58

Джерело: [8]

Динаміка фінансових результатів ТОВ «КОМСІТІ» до та після впровадження CRM-системи наведена в табл. 1.

Аналізуючи динаміку фінансових результатів ТОВ «КОМСІТІ» за період з 2020 по 2022 рік, можна спостерігати значний ріст у чистому доході компанії, який збільшився на 273,76% порівняно з 2020 роком, досягнувши 75779 тис. грн у 2022 році. Цей значний зріст є наслідком різних факторів, таких як розвиток ринку, розширення асортименту товарів чи послуг, та впровадження нових стратегій маркетингу. Зокрема, у 2021 році була введена CRM-система, що мала позитивний вплив на управління клієнтськими відносинами та є одним із факторів, що сприяли зростанню чистого доходу ТОВ «КОМСІТІ». Впровадження CRM-системи сприяло оптимізації процесів взаємодії ТОВ «КОМСІТІ» з клієнтами, що дозволило підвищити їхнє задоволення від обслуговування

та збільшити їхню лояльність до підприємства. За допомогою цієї системи ТОВ «КОМСІТІ» отримала зручний інструмент для збору та аналізу даних про клієнтів, що дозволило зробити більш точні прогнози, а також індивідуалізувати підхід до кожного клієнта, реагуючи на їхні потреби та запити більш ефективно. Проте, разом із зростанням доходів, видно і збільшення витрат. Собівартість продукції також значно зросла на 241,37%, досягнувши 52944 тис. грн у 2022 році, що пов'язано зі збільшенням обсягу наданих послуг та зростанням цін на виробничі ресурси. Значне збільшення інших операційних витрат та інших витрат також вказує на інтенсивний розвиток бізнесу та потребу в розширенні інфраструктури або персоналу. Загалом, фінансовий результат ТОВ «КОМСІТІ» значно покращився, що виявляється у збільшенні чистого прибутку на 484,58% у порівнянні з 2020 роком, досягнувши

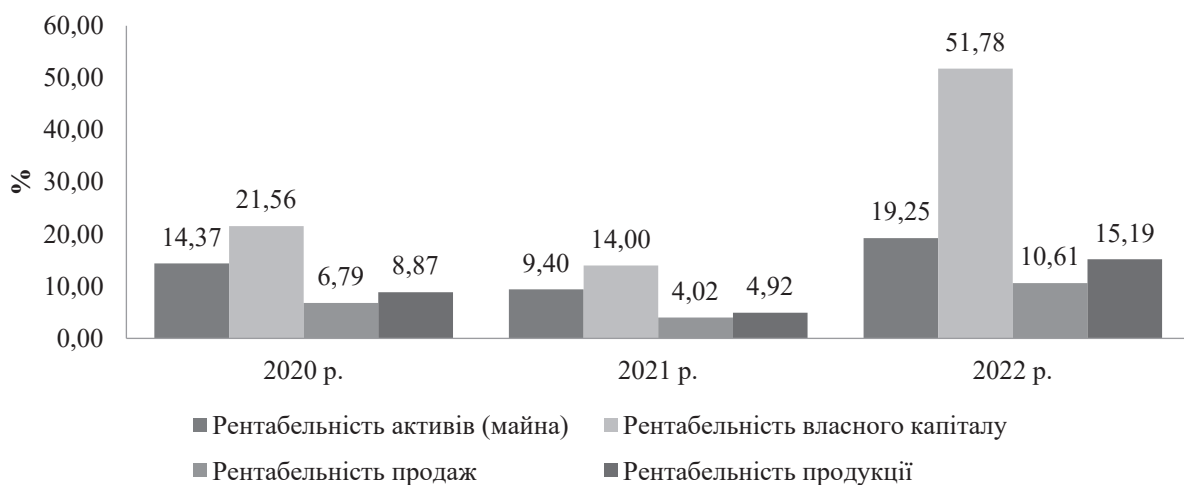


Рисунок 2 – Динаміка показників рентабельності ТОВ «КОМСІТІ» до та після впровадження CRM-системи за 2020–2022 рр.

Джерело: [8]

8043 тис. грн у 2022 році. Це свідчить про успішність впровадження CRM-системи, але також вказує на необхідність управління витратами та ефективного контролю за ними для подальшого стабільного розвитку бізнесу.

Динаміка показників рентабельності ТОВ «КОМСІТІ» до та після впровадження CRM-системи наведена на рис. 2.

Аналіз рентабельності ТОВ «КОМСІТІ» за період з 2020 по 2022 рік відображає значне підвищення ефективності ведення бізнесу та управління ресурсами підприємства протягом цього періоду. Особливо важливим було впровадження CRM-системи, що стало одним із факторів, які вплинули на рентабельність. Перший показник, рентабельність активів ТОВ «КОМСІТІ», зріс з 14,37% у 2020 році до 19,25% у 2022 році, що вказує на більш ефективне використання майнових ресурсів компанії та свідчить про покращення управління активами та вплив введення CRM-системи на оптимізацію цього процесу. Другий показник, рентабельність власного капіталу ТОВ «КОМСІТІ», значно зріс з 21,56% у 2020 році до 51,78% у 2022 році, що вказує на високу ефективність використання власних ресурсів підприємства та відображається на зростанні довіри інвесторів. Третій та четвертий показники, рентабельність продаж та рентабельність продукції ТОВ «КОМСІТІ», також показують значний ріст, що є відображенням ефективніших маркетин-

гових та виробничих стратегій, а також впливу CRM-системи на підвищення обсягів продажів та оптимізацію виробничих процесів.

Висновки. Впровадження CRM-системи в сучасний бізнес, особливо в діяльність малих підприємств, є ключовим кроком у покращенні управління та досягненні максимальних результатів. Такі системи дозволяють ефективно автоматизувати комерційні процеси, полегшуючи взаємодію співробітників та керування клієнтською базою. Важливо підкреслити, що для малого бізнесу особливо актуальними є аспекти збереження клієнтів та оптимізація робочого часу, що стає можливим завдяки використанню CRM-систем. Дані системи не лише допомагають утримати клієнтів, а й дозволяють аналізувати їхні потреби та уподобання, що сприяє ефективному плануванню та розвитку бізнесу. Впровадження CRM-системи в ТОВ «КОМСІТІ» у 2021 році стало стратегічним кроком у покращенні обслуговування клієнтів, оптимізації бізнес-процесів та забезпеченні сталого розвитку компанії у контексті її специфіки діяльності. Впровадження CRM-системи також сприяло покращенню всіх показників рентабельності компанії, що свідчить про успішну стратегію управління та великий потенціал для подальшого розвитку. Таким чином, впровадження CRM-систем є необхідною стратегічною ініціативою для будь-якої компанії, що прагне досягти успіху в сучасному конкурентному середовищі.

Література:

1. Білоцерківський О.Б. Оцінювання економічної ефективності впровадження CRM-систем у діяльність торговельних підприємств. *Вісник Одеського національного університету*. 2020. № 2. С. 167–172.
2. Болотна О.В., Скорик Б.Ю. Актуальність впровадження CRM-систем в торговельно-комерційні підприємства. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2020. № 2. С. 12–15.
3. Войтович С., Лорві І., Букало Н. Застосування CRM-технології для автоматизації процесів взаємодії із споживачами закладу послуг. *Економічний форум*. 2022. № 4. С. 68–73.
4. Каган І.В., Костючко С.М. CRM-системи як інструмент підвищення ефективності бізнесу. *Комп'ютерно-інтегровані технології: освіта, наука, виробництво*. 2023. № 52. С. 5–9.
5. Оксамитна Л.П., Пряха Р.І. Підходи до оцінки ефективності CRM-систем. *Управління розвитком складних систем*. 2023. № 54. С. 30–39.
6. Савран Н.В. CRM-система: етапи розвитку та класифікація видів. *Економічний простір*. 2021. № 168. С. 72–77.
7. Скрипчук П.М., Скрипчук М.П. Інноваційні засади використання CRM-систем: методологія на різних рівнях брендированих нішевих виробництв. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування*. 2023. № 1. С. 190–203.
8. ТОВ «КОМСІТІ». Звітність. URL: https://clarity-project.info/edr/40131916/finances?current_year=2022 (дата звернення: 25.02.2024).
9. ТОВ «КОМСІТІ». Офіційний ресурс. URL: <http://komcity.com.ua/> (дата звернення: 25.02.2024).
10. Хлистун Д.М. Удосконалення системи управління комунікації організації зі споживачами шляхом автоматизації процесу надання послуг у середовищі CRM. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету*. 2023. № 68. С. 19–28.

References:

1. Bilotserkivskiy O. B. (2020) Otsinyuvannya ekonomichnoyi efektyvnosti vprovadzhennya CRM-system u diyal'nist' torhovel'nykh pidpryyemstv [Evaluation of the economic efficiency of the implementation of CRM systems in the activities of trade enterprises]. *Visnyk Odes'koho natsional'noho universytetu*, no. 2, pp. 167–172. (in Ukrainian)
2. Bolotna O. V., Skoryk B. Y. (2020). Aktual'nist' vprovadzhennya CRM-system v torhovel'no-komertsiyni pidpryyemstva [The urgency of implementing CRM systems in trade and commercial enterprises]. *Mizhnarodnyy naukovyy zhurnal "Internauka"*, no. 2, pp. 12–15. (in Ukrainian)

3. Voytovych S., Lorvi I., Bukalo N. (2022) Zastosuvannya CRM-tehnolohiyi dlya avtomatyzatsiyi protsesiv vzayemodiyi iz spozhyvachamy zakladu posluh [Application of CRM technology for automation of processes of interaction with consumers of service establishments]. *Ekonomichnyy forum*, no. 4, pp. 68–73. (in Ukrainian)
4. Kahan I. V., Kostyuchko S. M. (2023) CRM-systemy yak instrument pidvyschennya efektyvnosti biznesu [CRM systems as a tool for improving business efficiency]. *Komp'yuterno-intehrovani tehnolohiyi: osvita, nauka, vyrobnytstvo*, no. 52, pp. 5–9. (in Ukrainian)
5. Oksamytna L. P., Pryakha R. I. (2023) Pidkhody do otsinky efektyvnosti CRM-system [Approaches to evaluating the effectiveness of CRM systems]. *Upravlinnya rozvytkom skladnykh system*, no. 54, pp. 30–39. (in Ukrainian)
6. Savran N. V. (2021). CRM-systema: etapy rozvytku ta klasyfikatsiya vydiv [CRM-system: stages of development and classification of species]. *Ekonomichnyy prostir*, no. 168, pp. 72–77. (in Ukrainian)
7. Skrypchuk P. M., Skrypchuk M. P. (2023) Innovatsiyini zasady vykorystannya CRM-system: metodolohiya na riznykh rivnyakh brendovanykh nishevykh vyrobnytstv [Innovative principles of using CRM systems: methodology at different levels of branded niche production]. *Visnyk Natsional'noho universytetu vodnoho hospodarstva ta pryrodokorystuvannya*, no. 1, pp. 190–203. (in Ukrainian)
8. "KOMSITI" LLC. Reporting. Available at: https://clarity-project.info/edr/40131916/finances?current_year=2022 (in Ukrainian)
9. "KOMSITI" LLC. Official resource. Available at: <http://komcity.com.ua/> (in Ukrainian)
10. Khlystun D. M. (2023) Udoskonalennya systemy upravlinnya komunikatsiyi orhanizatsiyi zi spozhyvachamy shlyakhom avtomatyzatsiyi protsesu nadannya posluh u seredovyshchi CRM [Improving the management system of the organization's communication with consumers by automating the process of providing services in the CRM environment]. *Zbirnyk naukovykh prats' Cherkas'koho derzhavnoho tekhnologichnoho universytetu*, no. 68, pp. 19–28. (in Ukrainian)

Стаття надійшла до редакції 04.03.2024 р.