

УДК 658:330.33.36

Михайленко Д. Г.,

d.g.mykhailenko@karazin.ua, ORCID ID: 0000-0002-8420-6510,

Researcher ID: N-5268-2018,

к.е.н., доц., доцент кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, м. Харків

Ковіна Т. О.,

kovina2021eya11@student.karazin.ua, ORCID ID: 0009-0003-5564-6618,

Researcher ID: QDN-1484-2026,

здобувач, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, м. Харків

Князева П. І.,

kniazeva2021er11@student.karazin.ua, ORCID ID: 0009-0008-7766-2842,

Researcher ID: QDN-2134-2026,

здобувач, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, м. Харків

CRM-СИСТЕМИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Анотація. У статті досліджено особливості використання CRM-систем як інструменту підвищення ефективності підприємницької діяльності в Україні в умовах цифровізації економіки, зростання конкуренції та воєнного стану. Визначено, що CRM-системи забезпечують автоматизацію бізнес-процесів, оптимізацію взаємодії з клієнтами, підвищення рівня сервісу та ефективності управлінських рішень. Проаналізовано сучасні тенденції розвитку ринку CRM-рішень в Україні та встановлено, що повномасштабна війна стала каталізатором переходу бізнесу від російських програмних продуктів до українських та міжнародних систем. Доведено, що вітчизняні CRM-платформи характеризуються гнучкістю налаштувань, адаптацією до потреб українського бізнесу, наявністю україномовного інтерфейсу та інтеграцією з локальними цифровими сервісами. У роботі охарактеризовано основні функції CRM-систем, серед яких: ведення бази клієнтів, автоматизація продажів, аналітика, інтеграція з каналами комунікації та формування звітності. Встановлено, що використання CRM-рішень сприяє підвищенню продуктивності праці, покращенню координації між підрозділами, збільшенню обсягів продажів і рівня клієнтоорієнтованості підприємства. Досліджено особливості використання CRM-систем підприємствами різних масштабів діяльності. Визначено, що великі компанії переважно впроваджують ERP-системи з CRM-модулями, тоді як малий та середній бізнес обирає доступні хмарні рішення з базовим або розширеним функціоналом. Обґрунтовано, що ефективність впровадження CRM-систем залежить від правильності вибору програмного продукту відповідно до стратегічних цілей підприємства, специфіки діяльності та потреб у автоматизації бізнес-процесів. Зроблено висновок, що CRM-системи є важливим елементом цифрової трансформації українського бізнесу та одним із ключових чинників підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Ключові слова: CRM-система, цифровізація бізнесу, автоматизація бізнес-процесів, підприємницька діяльність, конкурентоспроможність.

Mykhailenko D. G.,

d.g.mykhailenko@karazin.ua, ORCID ID: 0000-0002-8420-6510,

Researcher ID: N-5268-2018,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department Marketing, Management and Entrepreneurship, V. N. Karazin Kharkiv National University, Kharkiv

Kovina T. O.,

kovina2021eya11@student.karazin.ua, ORCID ID: 0009-0003-5564-6618,

Researcher ID: QDN-1484-2026,

Postgraduate, V. N. Karazin Kharkiv National University, Kharkiv



Kniazieva P. I.,
 kniazeva2021er11@student.karazin.ua, ORCID ID: 0009-0008-7766-2842,
 Researcher ID: QDN-2134-2026,
 Postgraduate, V. N. Karazin Kharkiv National University, Kharkiv

CRM SYSTEMS AS A TOOL FOR INCREASING THE EFFICIENCY OF BUSINESS ACTIVITIES IN UKRAINE

Abstract. *The article examines the peculiarities of using CRM systems as a tool for increasing the efficiency of entrepreneurial activity in Ukraine under conditions of economic digitalization, growing competition and martial law. It is determined that CRM systems ensure business process automation, optimization of customer interaction, improvement of service quality, and enhancement of managerial decision-making efficiency. The current trends in the development of the CRM solutions market in Ukraine are analyzed, and it is established that the full-scale war became a catalyst for the transition of businesses from russian software products to Ukrainian and international systems. It is proved that domestic CRM platforms are characterized by flexible settings, adaptation to the needs of Ukrainian businesses, availability of a Ukrainian-language interface, and integration with local digital services. The article characterizes the main functions of CRM systems, including customer database management, sales automation, analytics, integration with communication channels, and reporting. It is established that the use of CRM solutions contributes to increasing labor productivity, improving coordination between departments, boosting sales volumes, and enhancing the customer-oriented approach of enterprises. The study investigates the peculiarities of CRM system implementation by enterprises of different sizes. It is determined that large companies mainly implement ERP systems with integrated CRM modules, while small and medium-sized businesses prefer affordable cloud-based solutions with basic or advanced functionality. It is substantiated that the effectiveness of CRM system implementation depends on the correct selection of a software product in accordance with the strategic goals of the enterprise, the specifics of its activities, and the needs for business process automation. It is concluded that CRM systems are an important element of the digital transformation of Ukrainian business and one of the key factors in increasing enterprise competitiveness.*

Keywords: CRM system, business digitalization, business process automation, entrepreneurial activity, competitiveness.

JEL Classification: M13, M31, L86, O33

DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1205-2026-86-08>

Постановка проблеми. У сучасних умовах розвитку економіки України підприємства функціонують у середовищі підвищеної конкуренції, цифровізації бізнес-процесів та зростаючих вимог з боку споживачів. За таких обставин ключовим чинником успішної підприємницької діяльності стає здатність компаній формувати та підтримувати довгострокові взаємовідносини з клієнтами, оперативно реагувати на їхні потреби й забезпечувати високий рівень сервісу. Це зумовлює необхідність впровадження ефективних інструментів управління клієнтської базою та процесами взаємодії зі споживачами.

Одним із таких інструментів є CRM-системи (Customer Relationship Management), які забезпечують комплексний підхід до обліку, аналізу та управління інформацією про клієнтів. Використання CRM-систем дозволяє підприємствам систематизувати дані про споживачів, відстежувати історію взаємодій, аналізувати поведінку клієнтів і прогнозувати їхні потреби, що сприяє підвищенню якості обслуговування та рівня лояльності. Водночас CRM-рішення є важливим елементом оптимізації маркетингових, збутових і сервісних процесів, що безпосередньо впливає на фінансові результати підприємства.

Актуальність дослідження CRM-систем як інструменту підвищення ефективності підприємницької діяльності в Україні зумовлена необхідністю адаптації вітчизняного бізнесу до сучасних цифрових викликів. Впровадження CRM-систем надає можливість підвищити ефективність взаємодії з клієнтами, оптимізувати витрати, збільшити обсяги продажів та забезпечити стійкий розвиток підприємств у довгостроковій перспективі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика CRM-систем була предметом наукових досліджень багатьох учених, які розглядали їх як важливий інструмент підвищення ефективності управління підприємством, оптимізації бізнес-процесів та розвитку клієнтоорієнтованого підходу. Значний внесок у дослідження особливостей використання CRM-систем в умовах сучасних викликів зробили Берестецька О. М. та Різник Н. М., які акцентували увагу на ролі CRM-рішень в Україні в умовах невизначеностей, цифровізації та необхідності адаптації бізнесу до кризових факторів [1]. Власенко О. П. досліджував CRM-технології як важливу складову маркетингової інформаційної системи підприємства. У своїх працях автор визначає CRM як інструмент збору, обробки та аналізу інформації про клієнтів, що забезпечує підвищення

ефективності маркетингової діяльності та формування довгострокових взаємовідносин зі споживачами [2]. Особливості застосування CRM-систем у сфері готельного бізнесу висвітлено у працях Ганущак-Єфіменко Л. М., яка розглядала CRM як ефективний інструмент підвищення якості обслуговування клієнтів, персоналізації сервісу та забезпечення конкурентоспроможності підприємств сфери гостинності [3]. Краузе О., Піняк І. та Шпилик С. досліджували CRM-системи як джерело інформації для розробки маркетингових проєктів та стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств. Науковці наголошують на важливості використання CRM-рішень для накопичення аналітичних даних, оцінювання поведінки споживачів та прийняття ефективних управлінських рішень [4]. Попри значну кількість наукових досліджень, питання розвитку та впровадження CRM-систем в Україні в умовах цифрової трансформації економіки, воєнного стану та переорієнтації бізнесу на вітчизняні програмні продукти потребують подальшого комплексного дослідження.

Попри значну кількість наукових праць, присвячених дослідженню CRM-систем, низка аспектів залишається недостатньо вивченою. Зокрема, потребують подальшого дослідження питання адаптації CRM-рішень до сучасних умов функціонування українського бізнесу в період цифрової трансформації та воєнного стану. Недостатньо висвітленими є особливості переходу підприємств від використання російських програмних продуктів до українських та міжнародних CRM-систем, а також вплив таких змін на ефективність підприємницької діяльності.

Окремої уваги потребує аналіз конкурентних переваг вітчизняних CRM-рішень, рівня їх відповідності потребам малого, середнього та великого бізнесу, а також дослідження впливу CRM-систем на оптимізацію бізнес-процесів, підвищення рівня клієнтоорієнтованості та фінансових результатів підприємств. Крім того, недостатньо дослідженим залишається питання інтеграції сучасних технологій штучного інтелекту, аналітики даних та омніканальної взаємодії у CRM-системи, що набуває особливого значення в умовах розвитку цифрової економіки України.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження особливостей використання CRM-систем як інструменту підвищення ефективності підприємницької діяльності в Україні, а також визначення сучасних тенденцій розвитку ринку CRM-рішень в умовах цифровізації та воєнного стану.

Виклад основного матеріалу дослідження. На українському ринку функціонує широкий вибір CRM-рішень для підвищення ефективності підприємницької діяльності за рахунок покращення управління взаємовідносинами зі споживачами – від міжнародних програмних платформ до вітчизняних розробок, популярність яких суттєво зросла протягом останніх років. В умовах економічної нестабільності та дії воєнного стану підприємства змушені активно впроваджувати цифрові технології,

що сприяють оптимізації внутрішніх бізнес-процесів і підвищенню операційної ефективності.

Характерною ознакою CRM-систем, які розробляють українські компанії, є гнучкість налаштувань, оперативна технічна підтримка, наявність україномовного інтерфейсу, відповідність національному законодавству та стандартам, а також можливість інтеграції з локальними сервісами оплати, логістики, маркетинговими й іншими цифровими платформами. Водночас глобальні CRM-рішення характеризуються розширеним аналітичним функціоналом, високою масштабованістю та підтримкою міжнародних стандартів управління.

Серед ключових тенденцій розвитку систем управління взаємовідносинами зі споживачами доцільно виокремити: трансформацію підходів від управління клієнтськими відносинами до управління клієнтським досвідом; зростання ролі хмарних CRM-рішень та мобільних застосунків; активний розвиток омніканальної взаємодії завдяки інтеграції з маркетинговими, сервісами та соціальними мережами; удосконалення аналітичних інструментів шляхом застосування штучного інтелекту та алгоритмів машинного навчання для прогнозування та автоматизації управлінських рішень; посилення B2B-взаємодії через функціональні можливості управління не лише кінцевими споживачами, а й дистрибуторами, ритейлерами та агентами [5].

Під час вибору програм бізнеси зазвичай орієнтуються на свої стратегічні потреби та масштаби. Так, можна зазначити, що великі компанії віддають перевагу ERP-системам з підтримкою модулів CRM, що дозволяє їм комплексно охопити не лише взаємодію з клієнтами, а й інші операційні процеси та інтегрувати все у єдиному просторі. На противагу малі компанії обирають бюджетні системи з базовим функціоналом, що зазвичай охоплює контроль продажів та бази клієнтів. Середні ж компанії висувають більші вимоги та можуть інвестувати у складніші рішення, що підтримують просунуту аналітику, багатоетапні воронки продажів або загалом кастомізовані під їх нішу.

До найпоширеніших функцій, які трапляються в CRM-системах, що розроблені українськими компаніями, належать: збір та систематизація бази клієнтів; нагадування про комунікацію з клієнтами; автоматизація процесу продажу та пов'язаних з ним рутинних завдань; автоматичне формування шаблонів документів; інтеграція з каналами комунікації; створення звітів, вимірювання ефективності та прогнозування [1].

За даними української AI-платформи Ringostat, за останні 4 роки спостерігається суттєве збільшення компаній, що віддають перевагу вітчизняним, європейським чи американським рішенням у цій сфері. Каталізатором суттєвих змін в структурі походження CRM-систем на українському ринку стало повномасштабне вторгнення і, відповідно, небажання бізнесу співпрацювати з країною-агресором та спонсорувати її.

На рис. 1 відображено динаміку запитів від бізнесу щодо CRM-систем різного походження за 4 роки.

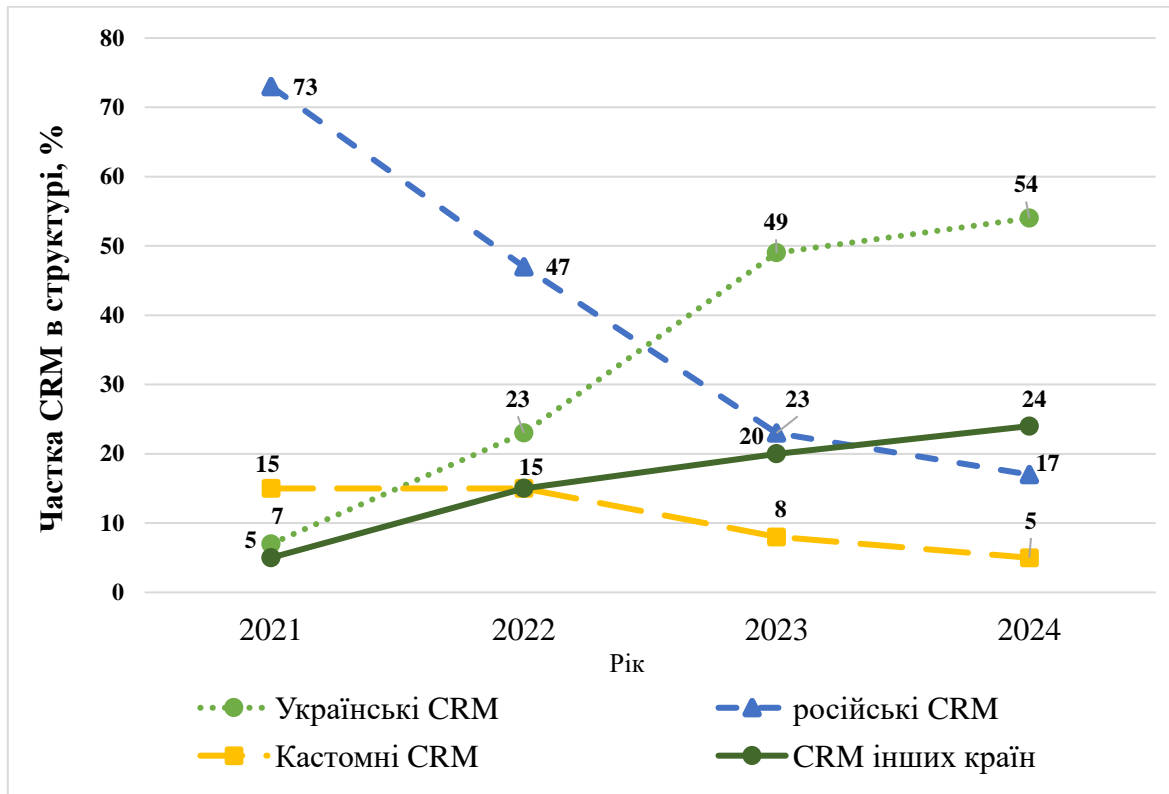


Рис. 1. Динаміка запитів від бізнесу щодо CRM-систем різного походження за 2021-2024 рр.

Джерело: [6]

Таблиця 1

Динаміка запитів CRM-систем в Україні 2023-2025

№	CRM-система (країна походження)	Кількість брендних запитів за червень		Зміна, %
		2025	2023	
1	Bitrix24 (рф)	14 680	18 980	-23
2	SalesDrive (Україна)	12 410	9 810	+27
3	KeyCRM (Україна)	9 220	6 220	+48
4	Zoho (Індія)	8 390	7 950	+6
5	LP-CRM (Україна)	6 210	1 520	+309
6	Creatio (Україна)	3 820	3 010	+27
7	Sitniks (Україна)	3 770	1 220	+209
8	Salesforce (США)	3 650	4 510	-19
9	Pipedrive (Естонія)	3 380	3 370	0
10	Odoo (Бельгія)	3 390	3 290	3
11	AmoCRM (рф)	2 910	3 720	-22
12	Мой склад (рф)	2 660	3 290	-19
13	KeepinCRM (Україна)	2 400	2 330	+3
14	NetHunt (Україна)	1 800	1 200	+50
15	EasyWeek (Німеччина)	1 720	1 520	+13

Джерело: [7]

Як можна побачити з рис. 1, ще у 2021 році російські CRM-системи займали більшу частку ринку, становлячи 73% від загальної структури. Протягом 2022-2024 рр. відбулося їх катастрофічне падіння, а частка CRM-систем з інших країн зросла приблизно у 5 разів, тоді як українські показують найбільшу динаміку зростання майже у 8 разів. Це демонструє, що вітчизняні програмні рішення мають високу якість та покривають більшість потреб бізнесу у сфері управління взаємовідносинами зі споживачами. Також вони мають велику популярність серед малого та середнього бізнесу через їхню економічну доступність порівняно з іноземними відомими комплексними аналогами [6].

За даними досліджень, ще у 2020 році серед українських компаній CRM-системами користувалося приблизно 10% опитаних компаній, 49% використовували для цих цілей Excel, а близько 30% просто вели записи на папері. Зараз ситуація значно змінилася, але, попри стрімкий розвиток технологічних рішень, ще залишається доволі великий відсоток компаній, які взагалі не користуються CRM-системами. Наприклад, лише серед потенційних клієнтів Ringostat, за попередніми оцінками,

ця частка становила 39% у 2024 році. Це демонструє значний потенціал для розвитку ринку програмного забезпечення на території нашої країни.

Якщо проаналізувати рейтинг популярності CRM-систем в Україні за кількістю запитів в Google зі згадками їх назв (табл. 1.), можна зробити висновок, що певна частина компаній ще не відмовилася від російських сервісів

Сучасний ринок програмного забезпечення для управління взаємовідносинами зі споживачами виділяється великою кількістю й адаптивністю рішень, що здатні задовольнити різні запити підприємств незалежно від напрямку їх діяльності, масштабів роботи чи наявних ресурсів. Бізнес може не просто обрати CRM-систему, а й підлаштувати її під індивідуальну стратегію та визначені цілі, щоб забезпечити максимальну ефективність при управлінні клієнтським досвідом.

У табл. 2 наведені ключові характеристики CRM-систем в українському бізнесі, які найчастіше трапляються в рейтингах серед професійних експертів та оглядачів.

Таблиця 2

Порівняльна характеристика популярних CRM-систем в Україні

CRM-система	Цільовий сегмент	Ключова технологія	Коротка характеристика
Creatio CRM	Середні та великі компанії в різних сферах	Хмарна (SaaS) та on-premise, low-code, українська розробка	Корпоративна система з BPM-двигуном для глибокої автоматизації бізнес-процесів. Гнучка у кастомізації та пропонує комплексні продукти для продажів, маркетингу та сервісу
Zoho CRM	Малий та середній бізнес	Хмарна (SaaS), інтегрований AI-помічник Zia	Частина великої екосистеми Zoho. Можливість масштабувати її, велика кількість інтеграцій. Позиціонується як доступне, але функціональне рішення для компаній, що прагнуть глобальної інтеграції
Odoo	Усі масштаби, виробництво, дистрибуція та для складних бізнес-моделей	Хмарна та on-premise, відкритий код, модульна конфігурація	Комплексна ERP-платформа, з набором модулів у різних сферах, що дозволяє автоматизувати всі бізнес-процеси від управління взаємовідносинами з клієнтами до виробництва та обліку запасів. Завдяки відкритому коду гнучка для глибокої кастомізації
KeyCRM	Малий бізнес, e-commerce, маркетплейси	Хмарна (SaaS), українська розробка	Спеціалізована на для e-commerce, широка інтеграція з маркетплейсами, службами доставки, месенджерами та підтримує фіскалізацію
Keepin CRM	Малий та середній бізнес у сфері послуг і продажів	Хмарна (SaaS), українська розробка	Система з інтуїтивно зрозумілим інтерфейсом та набором інструментів для управління продажами, фінансами та складом
NetHunt CRM	Малий та середній бізнес, користувачі Google Workspace	Хмарна (SaaS), надбудова для Gmail	Система інтегрується безпосередньо в Gmail. Дозволяє керувати продажами, контактами, воронками та автоматизувати розсилки, не покидаючи інтерфейс пошти
HugeProfit CRM	Малий та середній бізнес, інтернет-магазини, дропшипінг	Хмарна (SaaS), українська розробка	Українська система, орієнтована на автоматизацію продажів, замовлень та контролю фінансів з підтримкою мультивалютності та роботою з інтернет-магазинами
Microsoft Dynamics 365	Середні та великі компанії, корпоративний сектор	Хмарна (SaaS) та on-premise	Комплексна система, що є частиною екосистеми Microsoft Cloud. Призначена для управління продажами, маркетингом, сервісом і бізнес-процесами, що інтегрується з Microsoft Outlook та іншими корпоративними рішеннями корпорації
SalesDrive CRM	Малий та середній бізнес, онлайн-магазини	Хмарна (SaaS), українська розробка	Створена для комплексної автоматизації циклу продажів. Має сильний фокус на інтеграції з IP-телефонією та контролі дзвінків, що є критичним для відділів активного продажу

Джерело: сформовано автором на основі [4, 6-9]

Варто зазначити, що у 2024 році Creatio CRM була визнана кращою українською системою для управління взаємовідносинами зі споживачами за версією Ukrainian Business Award [9]. Програми оцінювалися за рядом критеріїв, серед яких: кількість інтеграцій, брендovаних пошукових запитів, напрямів для спеціалізації, кількість користувачів та відсоток позитивних відгуків тощо. Також саме цей бізнес став 6 українським «єдинорогом», тобто компанією, чия вартість, за оцінками експертів, перевищила 1 мільярд доларів США [10].

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. CRM-системи є важливим інструментом підвищення ефективності підприємницької діяльності в Україні, оскільки забезпечують автоматизацію бізнес-процесів, покращення взаємодії з клієнтами та оптимізацію управлінських рішень. В сучасних умовах цифровізації економіки та зростання конкуренції використання CRM-рішень стає не лише конкурентною перевагою, а й необхідною умовою стабільного розвитку підприємств.

Український ринок CRM-систем демонструє динамічне зростання та поступове переорієнтування бізнесу на вітчизняні й міжнародні програмні продукти. Повномасштабна війна росії проти України стала каталізатором активного переходу підприємств від російських CRM-систем до альтернативних рішень, що сприяло розвитку українських розробників CRM-систем та підвищенню їх конкурентоспроможності. Особливої популярності набувають хмарні CRM-платформи, які забезпечують гнучкість, мобільність та можливість інтеграції з іншими цифровими сервісами.

Встановлено, що впровадження CRM-систем позитивно впливає на якість обслуговування клієнтів, рівень їх лояльності, швидкість прийняття управлінських рішень та загальну результативність діяльності підприємства. Використання сучасних аналітичних інструментів, штучного інтелекту та автоматизації процесів дозволяє підприємствам ефективніше прогнозувати потреби споживачів і формувати персоналізовані підходи до взаємодії з ними.

Разом з тим, ефективність впровадження CRM-систем значною мірою залежить від правильності вибору програмного рішення відповідно до потреб і масштабів бізнесу. Підприємствам доцільно враховувати функціональні можливості системи, рівень інтеграції, вартість впровадження та складність адаптації персоналу до нових цифрових інструментів.

Перспективи подальших досліджень полягають у вивченні впливу технологій штучного інтелекту, машинного навчання та Big Data на розвиток CRM-систем, а також у дослідженні ефективності їх використання в різних галузях економіки України.

ЛІТЕРАТУРА

1. Берестецька О. М., Різник Н. М. Використання CRM-систем в Україні в умовах невизначеності. *Вісник Сумського національного аграрного*

університету. Економіка і менеджмент. Управління конкурентоспроможністю. 2023. № 4 (96). С. 26-31. DOI: <https://doi.org/10.32782/bsnau.2023.4.5>.

2. Власенко О. П. CRM-технологія як детермінанта маркетингової інформаційної системи. *Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики: матер. Всеукр. наук.-практ. конф., м. Умань, 23 жовт. 2020 р. / УНУС. Умань, 2020. С. 16-20.*

3. Ганущак-Єфіменко Л. М. CRM-система як ефективний інструмент розвитку готельного бізнесу в Україні. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну.* 2017. № 4. С. 51-56. URL: https://er.knuctd.edu.ua/bitstream/123456789/8133/1/V113_P051-056.pdf.

4. Краузе О., Піняк І., Шпилик С. CRM як джерело інформації для розробки маркетингових проєктів та стратегічного управління конкурентоспроможністю. *Галицький економічний вісник.* 2022. № 4 (77). С. 94–102. DOI: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu.

5. Азізова М. ТОП CRM-систем України 2025: що змінилося за два роки. *finance.ua.* URL: <https://finance.ua/ua/goodtoknow/top-crm-system-ukrainy-2025-shcho-zminylosia-za-dva-roky>.

6. Феоктистова О. Чи справді український бізнес відмовляється від російських CRM-систем? Дослідження Ringostat за 2021-2024 роки. URL: <https://blog.ringostat.com/uk/chy-spravdi-ukrainskyi-biznes-vidmovliaietsia-vid-rosiiskykh-crm-system/>.

7. Рейтинг CRM в Україні за 2025 рік: динаміка популярності за два роки. URL: <https://ain.ua/2025/08/05/reiting-crm-v-ukrayini-2023-2025/>

8. Десятка найкращих CRM-систем в Україні. URL: <https://crmsolutions.ua/top-10-best-ukrainian-crm-systems/>.

9. Ukrainian Business Award. Топ-10 українських розробників CRM 2024. URL: <https://uba.top/ukrainian-crm-developers-2024/>.

10. Коваль О. 9 фактів про Creatio – «єдиного» з українським корінням. URL: <https://dou.ua/lenta/news/facts-about-startup-creatio/>.

REFERENCES

1. Berestetska, O. and Riznyk, N. (2023), *Vykorystannia CRM-system v Ukraini v umovakh nevyznachenosti, Visnyk Sumskoho natsionalnoho ah-rarnoho universytetu. Ekonomika i menedzhment. Upravlinnia konkurentospromozhnistiu*, № 4 (96), s. 26-31, DOI: <https://doi.org/10.32782/bsnau.2023.4.5>.

2. Vlasenko, O. P. (2020), *CRM-tekhnohiiia yak determinanta marketynhovoii informatsiinoi systemy, Stanovlennia ta rozvytok marketynhu v Ukraini: vid teorii do praktyky: mater. Vseukr. nauk.-prakt. konf., m. Uman, 23 zhovt, UNUS, Uman, s. 16-20.*

3. Hanushchak-Yefimenko, L. M. (2017), *CRM-systema yak efektyvnyi instrument rozvytku hotelnoho biznesu v Ukraini, Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu tekhnolohii ta dyzainu*, № 4, s. 51-56, available

at: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/8133/1/V113_P051-056.pdf.

4. Krauze, O., Piniak, I. and Shpylyk, S. (2022), SRM yak dzherelo informatsii dlia rozrobky marketynhovoykh proektiv ta stratehichnoho upravlinnia konkurentospromozhnistiu, *Halyskyi ekonomichnyi visnyk*, № 4 (77), s. 94–102, DOI: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu.

5. Azizova, M., TOP CRM-system Ukrainy 2025: shcho zminylosia za dva roky. *finance.ua*, available at: <https://finance.ua/ua/goodtoknow/top-crm-system-ukrainy-2025-shcho-zminylosia-za-dva-roky>.

6. Feoktystova, O., Chy spravdi ukrainskyi biznes vidmovliaetsia vid rosiiskyykh CRM-system? Doslidzhennia Ringostat za 2021-2024 roky, available at: <https://blog.ringostat.com/uk/chy-spravdi-ukrainskyi-biznes-vidmovliaetsia-vid-rosiiskyykh-crm-sistem/>.

7. Reitynh CRM v Ukraini za 2025 rik: dynamika populiarnosti za dva roky, available at: <https://ain.ua/2025/08/05/reiting-crm-v-ukrayini-2023-2025/>

8. Desiatka naikrashchykh CRM-system v Ukraini, available at: <https://crmsolutions.ua/top-10-best-ukrainian-crm-systems/>.

9. Ukrainian Business Award. Top-10 ukrainskykh rozrobnykiv CRM 2024, available at: <https://uba.top/ukrainian-crm-developers-2024/>.

10. Koval, O. 9 faktiv pro Creatio – «yedynoroha» z ukrainskym korinniam, available at: <https://dou.ua/lenta/news/facts-about-startup-creatio/>.

Стаття надійшла: 19.03.2026

Стаття прийнята: 21.04.2026

Стаття опублікована: 19.05.2026