

DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2026-59-3>

УДК 338.24:004

Живець А.М.*кандидат економічних наук, доцент,
викладач кафедри економіки**Відокремленого структурного підрозділу
«Херсонський політехнічний фаховий коледж
Національного університету «Одеська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9380-1020>
E-mail: alla.zhivets@gmail.com***Наконечна В.І.***викладач кафедри економіки**Відокремленого структурного підрозділу
«Херсонський політехнічний фаховий коледж
Національного університету «Одеська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6244-3585>
E-mail: vnaconechna2020@ukr.net***Комліченко О.О.***кандидат економічних наук, доцент,
викладач кафедри економіки**Відокремленого структурного підрозділу
«Херсонський політехнічний фаховий коледж
Національного університету «Одеська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5759-2922>
E-mail: komlichenko.o.o@kspk.op.edu.ua*

РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ РИНКУ CRM-СИСТЕМ В УКРАЇНІ ЯК ЧИННИК ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕСУ

У роботі проаналізовано теоретичні підходи та практичні аспекти застосування систем управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) під впливом сучасних макроекономічних викликів. Доведено стратегічну доцільність міграції українських підприємств на вітчизняні програмні рішення, що дозволяє знизити операційні загрози, зміцнити конкурентні позиції на ринку, гарантувати безпеку комерційної інформації та підтримати стабільність бізнесу під час тривалих зовнішніх криз. На основі комплексного порівняння комерційних і функціональних характеристик досліджено шість популярних українських CRM-продуктів: KeyCRM, SalesDrive, LP-CRM, Sitniks CRM, Uspasy CRM та KeepinCRM. Завдяки цьому визначено їхні архітектурні особливості, цінову політику, базові технології та ринкове позиціонування в межах національного підприємницького середовища. Констатовано, що впровадження українських хмарних CRM-платформ є невід'ємною частиною системної діджиталізації сучасного бізнесу, яка забезпечує синергетичний ефект для загальної структури менеджменту організації.

Ключові слова: цифрова трансформація бізнесу, CRM-система, діджиталізація підприємництва, українське програмне забезпечення, автоматизація продажів, хмарні технології, SaaS, ринкова конкурентоспроможність.

Zhyvets Alla, Nakonechna Victoria, Komlichenko Oksana. RESTRUCTURING OF THE CRM SYSTEMS MARKET IN UKRAINE AS A FACTOR OF DIGITAL BUSINESS TRANSFORMATION

The study provides a comprehensive scholarly analysis of the theoretical foundations and practical dimensions regarding the functioning of customer relationship management (CRM) systems under current macroeconomic pressures, inflationary tendencies, and the ongoing military-political crisis in Ukraine. The paper thoroughly demonstrates that the massive migration of domestic business entities to national software alternatives is a vital strategic necessity rather than a temporary trend. This shift is crucial for mitigating operational disruptions, securing sensitive commercial data, and sustaining overall business continuity. Special emphasis is placed on the forced import substitution processes triggered by the complete evacuation of formerly dominant software products originating from the aggressor country (specifically Bitrix24 and AmoCRM) from the Ukrainian market. For a deep comparative investigation based on distinct functional, economic, and operational metrics, the authors selected six leading Ukrainian CRM platforms: KeyCRM, SalesDrive, LP-CRM, Sitniks CRM, Uspasy CRM, and KeepinCRM. By applying systemic-structural, logical, and comparative research frameworks, the study highlights the unique structural architecture of these systems, their flexible subscription models, cloud-based infrastructure (SaaS model), and their operational readiness for national commerce. Furthermore, the paper evaluates the efficiency of built-in integrations with local delivery services (Nova Poshta, Ukrposhta), banking APIs (PrivatBank, Monobank), state registers, fiscal software (PRRO), and major e-commerce marketplaces like Rozetka and Prom. The findings prove

that systematic digitalization based on local cloud solutions serves as a cornerstone for overarching corporate transformation, driving routine task automation, optimizing structural costs, and enhancing market competitiveness. Finally, the paper offers practical, actionable guidelines to assist corporate managers and entrepreneurs in selecting the most appropriate CRM software tailored specifically to their industry sector and corporate operational scale.

Key words: digital business transformation, CRM system, digitalization of entrepreneurship, Ukrainian software, sales automation, cloud technologies, SaaS, market competitiveness, IT import substitution.

Постановка проблеми. Умови нестабільної економіки та воєнного стану вимагають від українських підприємців максимальної гнучкості і швидкої адаптації до змін навколишнього середовища. Критично важливим інструментом забезпечення життєдіяльності та підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання стає впровадження вітчизняних систем управління взаємовідносинами з клієнтами. На сьогодні CRM-система дозволяє не лише автоматизувати й координувати ключові бізнес-процеси, а й виступає ядром цифрової трансформації сучасного бізнесу. Проте значна частина мікропідприємств досі використовує застарілі інструменти (зокрема електронні таблиці) для обліку клієнтських даних, що створює суттєві обмеження для їхнього масштабування та знижує загальну ринкову конкурентоспроможність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасних наукових розвідках, присвячених цифровій трансформації бізнесу, CRM-системі відводиться роль ключового драйвера управління взаєминами з клієнтами та оптимізації операційної діяльності. Дослідження вітчизняних науковців підтверджують, що хоча інтеграція CRM українськими компаніями історично відбувалася із певним відставанням від світових тенденцій, протягом останніх років спостерігається стрімке зростання інтересу до таких рішень.

Зокрема, Г. В. Мозгова зазначає, що CRM-системи є базовим інструментом для підвищення ефективності взаємодії підприємств із контрагентами, зауважуючи водночас на певних стримуючих чинниках їх впровадження в Україні порівняно зі світовою практикою [9]. Д. В. Райко у своїх працях наголошує на особливій ролі CRM у сегменті малого та середнього бізнесу, де такі системи перетворюються на критичний інструмент формування стратегій маркетингу взаємин, персоналізації комунікаційних каналів і стимулювання повторних продажів [11]. Особливої уваги заслуговує порівняльний аналіз української CRM-платформи Snov.io та міжнародного аналога PipeDrive, здійснений М. М. Кочевим та О. В. Панаєт. Автори доводять, що

українські розробки переважно орієнтовані на фінансову доступність та простоту експлуатації для малого бізнесу, тоді як глобальні системи фокусуються на розширеному функціоналі для великих корпорацій [8], що свідчить про диференціацію підходів до діджиталізації залежно від масштабу суб'єкта господарювання.

Узагальнюючи наявні результати досліджень, можна стверджувати, що CRM-системи в Україні виконують стратегічну функцію у процесі діджиталізації бізнесу, забезпечуючи:

- централізацію та захист клієнтських даних;
- комплексну автоматизацію наскрізних бізнес-процесів;
- глибоку персоналізацію маркетингових комунікацій;
- підвищення рівня лояльності клієнтів та загальної конкурентоспроможності підприємства.

Водночас науковці наголошують на існуванні низки викликів, серед яких: висока вартість первинного впровадження окремих рішень, недостатня технологічна зрілість деяких сегментів ринку та потреба у систематичному навчанні персоналу.

Попри наявність значної кількості публікацій, присвячених перевагам автоматизації бізнесу в цілому, поза увагою дослідників часто залишається питання масштабної реструктуризації саме українського ринку CRM-систем, яка відбулася у період з 2022 по 2026 роки. Масова, законодавчо й етично вмотивована відмова українських підприємств від використання програмних продуктів російського походження (зокрема Bitrix24, AmoCRM, Megaplan), які роками утримували монополійні позиції, докорінно змінила кон'юнктуру ринку [10]. Відтак постала гостра науково-практична потреба детально оцінити спроможність українських розробників повністю задовольнити цей попит, вивчити специфічні бар'єри, що заважають переходу підприємств на вітчизняні платформи, та проаналізувати, як саме функціональна архітектура нових українських CRM-систем відповідає потребам різних за масштабом та специфікою бізнес-моделей.

Метою статті є комплексний аналіз сучасного стану ринку українських CRM-систем, дослідження їхньої функціональної та технологічної архітектури, здійснення порівняльної характеристики провідних вітчизняних програмних продуктів за комерційними та експлуатаційними параметрами, а також обґрунтування їхньої стратегічної ролі як драйвера цифрової трансформації бізнесу в умовах тривалих воєнно-економічних викликів.

Виклад матеріалу дослідження та його основні результати. В умовах розбудови цифрової економіки сутність поняття «CRM-система» зазнала глибокої еволюційної трансформації. Якщо на початкових етапах розвитку інформаційних технологій CRM розглядалася переважно як автоматизована база даних для фіксації історії взаємовідносин з клієнтами (обліку придбаних товарів/послуг чи поточного етапу перемовин), то сьогодні CRM-система (Customer Relationship Management) – це високотехнологічна інформаційна екосистема, призначена для стратегічного планування, координації та контролю взаємодії компанії з клієнтами. Вона забезпечує наскрізний збір, обробку й аналіз даних, управління лідами, угодами, маркетинговими кампаніями та сервісним обслуговуванням.

Сучасна CRM-система забезпечує виконання таких критичних функцій:

- управління повним життєвим циклом клієнта (Customer Journey) – від першого контакту до формування стійкої лояльності;
- автоматизація підрозділів продажів, маркетингу та клієнтської підтримки;
- формування інтелектуальної аналітики та звітності в режимі реального часу;
- інтеграція інструментів штучного інтелекту для прогнозування поведінки споживачів.

Для українського бізнесу, який функціонує в умовах високого рівня невизначеності (зумовленого воєнними діями, валютними коливаннями, руйнуванням логістичних ланцюгів), CRM-система виступає не лише інструментом оптимізації витрат, а й засобом стратегічного виживання та адаптації [7].

Варто зазначити, що перші нормативні обмеження щодо використання російського софту державними структурами запроваджено ще у 2017 році. Проте до 2022 року приватний сегмент українського ринку програмного забезпечення для автоматизації бізнесу все ще характеризувався високим рівнем залежності від розробників із країни-агресора. За різними оцінками,

частка систем Bitrix24 та AmoCRM у сегменті малого та середнього бізнесу України сягала від 60% до 75%, що зумовлювалося тривалим періодом їхньої присутності на ринку та наявністю розгалужених партнерських мереж інтеграторів [12].

Початок повномасштабного вторгнення рф став потужним каталізатором докорінної реструктуризації ринку, яка відбувалася під дією трьох ключових чинників:

– *Безпека та репутація.* Використання софту країни-агресора почало розглядатися українськими підприємцями як пряма загроза витоку персональних даних клієнтів, комерційної та фінансової інформації на сервери, контрольовані спецслужбами рф. Крім того, збереження маркування російського ПЗ у бізнес-процесах компанії завдавало нищівного удару по її репутаційному капіталу.

– *Нормативно-правове регулювання.* Запровадження державних санкцій та ухвалення відповідних законодавчих актів щодо заборони використання програмних продуктів резидентів країни-агресора в державному секторі та на об'єктах критичної інфраструктури створили потужний імпульс для приватного бізнесу щодо прискореного пошуку альтернатив.

– *Економічний патріотизм і зрілість вітчизняного IT-сектору.* Українські розробники оперативно запропонували ринку продукти, які за своїм функціоналом не лише не поступалися іноземним аналогам, а й суттєво переважали їх у частині адаптації до національних реалій ведення бізнесу.

У результаті зазначених процесів протягом 2022–2026 років в Україні сформувався унікальний, висококонкурентний ринок національних CRM-систем, які повністю покривають потреби підприємств будь-якого масштабу та галузевої належності.

Серед найбільш затребуваних вітчизняних рішень варто виділити: KeyCRM, SalesDrive, LP-CRM, Sitniks CRM, Uspasy CRM та KeeperCRM [1–6]. Кожна з цих систем має власну архітектурну специфіку та орієнтована на конкретні ніші підприємництва.

Проведемо функціональний аналіз зазначених програмних продуктів (табл. 1).

Для більш глибокого аналізу ринку важливо оцінити фінансову та технічну доступність зазначених систем, оскільки вартісний бар'єр часто є визначальним для суб'єктів мікро- та малого підприємництва на початкових етапах діджиталізації (табл. 2).

Аналіз даних таблиці 2 дозволяє виявити важливу ринкову тенденцію: українські

Таблиця 1

Функціональний аналіз провідних вітчизняних CRM-систем

Назва програмного продукту	Ключові функції	Основні переваги	Обмеження та недоліки
KeyCRM	Управління лідами, контрактами, товарами, складом; інтеграції з маркетплейсами, логістичними сервісами та месенджерами; аналітика продажів, фінансовий модуль.	Глибока інтеграція з українською бізнес-екосистемою; потужна підтримка онлайн-ритейлу, складського обліку та логістики; висока гнучкість налаштувань.	Орієнтована переважно на товарний бізнес (E-commerce); може бути складною для мікробізнесу без залучення спеціаліста з налаштування.
SalesDrive	Управління лідами, побудова воронки угод, контроль завдань, інтеграція комунікаційних каналів, формування звітності щодо ефективності менеджерів.	Інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, висока швидкість впровадження; чітка орієнтація на підвищення конверсії та контроль відділу продажів.	Менш розгалужена функціональність у сегменті складського обліку та глибокого фінансового аналізу порівняно з ERP-орієнтованими системами.
LP CRM	Інтеграція з фінансовими та логістичними сервісами; підтримка товарного обліку; автоматизація обробки замовлень.	Високий рівень кастомізації під специфіку CPA-маркетингу, зручність для односторінкових сайтів, ритейлу та E-commerce.	Вимагає високої кваліфікації адміністратора; відносно складне первинне налаштування для початківців.
Sitniks CRM	Контроль ліній продажів, управління замовленнями, інтеграція з месенджерами, сервісами та системами онлайн-розрахунків.	Потужний функціонал для розподільних мереж та Instagram-магазинів; вбудований автоматизований контроль процесів оплати.	Наявність відчутної «навчальної кривої» для користувачів без досвіду роботи з автоматизованими системами.
Uspacy CRM	Універсальна CRM-платформа з вбудованим корпоративним простором, телекомунікаційною інтеграцією, чат-ботами, базою знань і модулем управління проектами.	Комплексність рішення (заміна Bitrix24); велика кількість готових інтеграцій (телефонія, месенджери, email); підходить для командної взаємодії.	Ризик зростання вартості за рахунок додаткових інтеграцій; функціональна перевантаженість для мікробізнесу.
KeepIn CRM	Управління лідами, сценаріями та етапами продажів, ведення клієнтської бази та поменеджерна аналітика.	Баланс між простотою інтерфейсу та наповненістю; універсальність для різних сегментів (послуги, дистрибуція).	Менш деталізовані фінансові модулі порівняно з повнофункціональними ERP-системами.

Джерело: складено авторами на основі [1–6]

Таблиця 2

Економіко-технічні параметри доступності українських CRM-систем

Назва ПЗ	Демонстраційна версія	Безкоштовний пробний період / тарифи	Технологічна доступність (Архітектура)	Базова вартість
1	2	3	4	5
KeyCRM	Перегляд інтерактивного тестового кабінету	30 днів безкоштовного доступу з повним функціоналом	Хмарна (SaaS, Web-версія), адаптивний мобільний інтерфейс	Від \$19/міс. (базова оплата за безліміт користувачів) + \$9 за додаткові обсяги операцій
SalesDrive	Персональна презентація з менеджером компанії	14 днів тестового періоду з повним функціоналом	Хмарна (SaaS, Web-версія), мобільні додатки для Android/iOS	Від 791 грн/міс. (пакет для 1–2 користувачів, вартість масштабується від кількості ліцензій)

Продовження таблиці 2

1	2	3	4	5
LP-CRM	Тестовий вхід у систему безпосередньо на сайті	7 днів безкоштовного ознайомчого періоду	Хмарна (SaaS, Web-версія)	Від \$9/міс. (ціна залежить від кількості користувачів та оброблених замовлень)
Sitniks CRM	Відеоогляд функціоналу або доступ за запитом	14 днів безкоштовного тестового використання	Хмарна (SaaS, Web-версія), спеціалізований мобільний додаток	Від \$25/міс. залежно від обраного функціонального пакету
Uspasy CRM	Публічна демо-версія та презентаційні матеріали	14 днів тріалу + наявний повністю безкоштовний тариф (Free) для команд до 5 осіб	Хмарна (SaaS, Web-версія), мобільні додатки для Android/iOS	Від 327 грн/міс. за одного користувача (за умови придбання річних пакетів)
KeepinCRM	Надання тестового аккаунту за запитом	14 днів тріалу + безкоштовний тариф (Free) для 1 користувача	Хмарна (SaaS, Web-версія)	349 грн/міс. за кожного активного користувача (перший користувач – безкоштовно)

Джерело: складено авторами на основі [1–6]

розробники успішно відійшли від класичної жорсткої моделі західних систем (де плата стягується суворо за кожного користувача без винятків, що робить автоматизацію великих команд надто капіталомісткою). Натомість використовуються гнучкі гібридні підходи: наприклад, модель KeyCRM, яка тарифікує обсяг операцій, а не кількість людей, або моделі Uspasy та KeepinCRM, які пропонують безкоштовні стартові пакети для мікробізнесу. Це суттєво знижує фінансовий поріг входження та стимулює масову цифровізацію підприємництва.

Важливим аспектом дослідження є аналіз технологічного базису українських CRM. Абсолютна більшість сучасних вітчизняних рішень побудована за моделлю SaaS (Software as a Service) та функціонує в хмарній інфраструктурі. В умовах сучасної України цей вибір має стратегічне значення для забезпечення безперервності бізнес-процесів.

Хмарна архітектура забезпечує такі критичні переваги:

1. *Автономія від локальної інфраструктури.* В умовах потенційних пошкоджень енергетичної системи, тривалих блекаутів або фізичного руйнування офісних приміщень уся комерційна інформація та операційна логіка бізнесу залишаються в безпеці на віддалених, резервованих хмарних серверах.

2. *Ефективність дистанційної роботи (Remote Work).* Менеджери компанії можуть виконувати свої професійні обов'язки, перебуваючи в різних регіонах України або за її межами. Для повноцінного доступу до робочого місця, бази клієнтів, телефонії та

інструментів відвантаження потрібен лише мобільний гаджет або ноутбук із підключенням до мережі Інтернет.

3. *Еластичність та масштабованість.* Хмарна модель дозволяє підприємству миттєво реагувати на зміну масштабів діяльності – оперативно додавати або заморожувати робочі місця без додаткових капітальних витрат.

Впровадження національного спеціалізованого програмного забезпечення генерує потужний синергетичний ефект, що позитивно впливає на всі рівні управління сучасного підприємства. З погляду стратегічного менеджменту, перехід на українську CRM-систему знімає деструктивні обмеження для розвитку підприємства. Бізнес, управління яким здійснюється в ручному режимі через особисті контакти власника, має жорстко обмежену фізичну межу масштабування. Цифрова екосистема дозволяє компанії збільшувати обсяги продажів та клієнтську базу в рази, зберігаючи при цьому високу якість клієнтського сервісу та повну керованість структури. В умовах жорсткої ринкової боротьби це безпосередньо трансформується у фактор стратегічного виживання та підвищення національної конкурентоспроможності.

Висновки.

1. Ринок українських CRM-систем протягом 2017–2026 років пройшов через етап глибокої та безповоротної реструктуризації. Масова відмова від програмних продуктів країни-агресора створила потужні передумови для стрімкого розвитку національного IT-продукту. Вітчизняні розробники успішно подолали цей виклик, запропону-

вавши ринку високоефективні, безпечні та технологічно зрілі альтернативи.

2. Сучасні українські CRM-системи демонструють чітку функціональну спеціалізацію та адаптацію під конкретні ринкові ніші. Проведений аналіз дозволив виявити лідерів сегментів: для сфери торгівлі, E-commerce та багатоканальних продажів оптимізованими є KeyCRM та LP-CRM; для класичних відділів продажів з упором на телефонні комунікації – SalesDrive; як інструмент побудови єдиного корпоративного простору та заміни Bitrix24 виступає Uspasy CRM; тоді як KeepinCRM пропонує універсальний збалансований інструментарій для широкого кола підприємств малого та середнього бізнесу.

3. Впровадження національних CRM-систем є базовим і обов'язковим елементом стратегії цифрової трансформації сучасного підприємства. Воно забезпечує синергетичний ефект на всіх рівнях управління – від оптимізації щоденних операцій лінійного персоналу до формування аналітичного підґрунтя для стратегічного масштабування бізнесу. Перехід на вітчизняні хмарні платформи мінімізує операційні ризики, захищає комерційні дані та гарантує безперервність і стійкість функціонування українського бізнесу в умовах сучасних макроекономічних викликів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. KeepinCRM : офіційний сайт. URL: <https://keepincrm.com> (дата звернення: 15.05.2026)
2. KeyCRM : офіційний сайт. URL: <https://ua.keycrm.app> (дата звернення: 6.05.2026)
3. LP-CRM : офіційний сайт. URL: <https://lp-crm.biz> (дата звернення: 10.05.2026)
4. SalesDrive : офіційний сайт. URL: <https://salesdrive.ua> (дата звернення: 8.05.2026)
5. Sitniks CRM : офіційний сайт. URL: <https://sitniks.ua> (дата звернення: 11.05.2026)
6. Uspasy : офіційний сайт. URL: <https://promo.uspasy.ua> (дата звернення: 13.05.2026)
7. Берестецька О. М., Різник Н. М. Використання CRM-систем в Україні в умовах невизначеностей. *Вісник СНАУ. Економіка і менеджмент*. 2023. № 4(96) С. 26–31. URL: <https://snaujournal.com.ua/index.php/journal/article/view/310> (дата звернення: 20.03.2026)
8. Кочевой М. М., Панаєт О. В. Порівняння маркетингових стратегій CRM-систем в Україні та за кордоном: на прикладі snov.io та Pipedrive. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2025. № 7–8. С. 163–170. URL: <https://nv-oneu.com.ua/index.php/journal/article/download/32/23> (дата звернення: 5.05.2026).
9. Мозгова Г. В., Морозов А. О., Фомін О. Д. Використання CRM-систем на українському ринку: особливості та перспективи. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2017. Вип. 2. С. 89–94. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/PSPE_print_2017_2_17 (дата звернення: 1.05.2026).
10. Найпопулярніша українська CRM – SalesDrive, але №1 досі Bitrix24. Як переїхати з російського софту. *ITC.ua*. URL: <https://itc.ua/ua/partnerskij-proekt/najpopulyarnisha-ukrayinska-crm-salesdrive-ale-1-dosi-bitrix24-yak-pereyihaty-z-rosijskogo-softu/> (дата звернення: 8.05.2026).
11. Райко Д.В. CRM-системи у формуванні стратегій маркетингу відносин: ефективність впровадження в малому та середньому бізнесі України. *Ефективна економіка*. 2025. №5. С. 27 URL: <https://nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/6461/6545> (дата звернення: 2.05.2026).
12. Як інтегратори запускають CRM у бізнесі: реальний досвід українських інтеграторів. *KeepinCRM Blog*. 2026. URL: <https://keepincrm.com/how-integrators-implement-crm-in-business> (дата звернення: 18.03.2026 рік)

REFERENCES:

1. KeepinCRM: ofitsiyni sait [KeepinCRM: official website]. (2026). Available at: <https://keepincrm.com> (accessed: 15 May 2026).
2. KeyCRM: ofitsiyni sait [KeyCRM: official website]. (2026). Available at: <https://ua.keycrm.app> (accessed: 6 May 2026).
3. LP-CRM: ofitsiyni sait [LP-CRM: official website]. (2026). Available at: <https://lp-crm.biz> (accessed: 10 May 2026).
4. SalesDrive: ofitsiyni sait [SalesDrive: official website]. (2026). Available at: <https://salesdrive.ua> (accessed: 8 May 2026).
5. Sitniks CRM: ofitsiyni sait [Sitniks CRM: official website]. (2026). Available at: <https://sitniks.ua> (accessed: 11 May 2026).
6. Uspasy: ofitsiyni sait [Uspasy: official website]. (2026). Available at: <https://promo.uspasy.ua> (accessed: 13 May 2026).
7. Berestetska O. M. & Ryznyk N. M. (2023). Vykorystannia CRM-system v Ukraini v umovakh nevyznachenosti [Use of CRM systems in Ukraine under conditions of uncertainty]. *Visnyk SNAU. Ekonomika i menedzhment – Bulletin of SNAU. Economics and Management*, no. 4(96), pp. 26–31. Available at: <https://snaujournal.com.ua/index.php/journal/article/view/310> (accessed: 20 March 2026).
8. Kochevoi M. M. & Panaiet O. V. (2025). Porivniannia marketingovykh stratehii CRM-system v Ukraini ta za kordonom: na pryklady snov.io ta Pipedrive [Comparison of marketing strategies of CRM systems in Ukraine and abroad: on the example of snov.io and Pipedrive]. *Naukovyi visnyk Odeskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu – Scientific Bulletin of the Odessa National Economic University*, no. 7–8, pp. 163–170. Available at: <https://nv-oneu.com.ua/index.php/journal/article/download/32/23> (accessed: 5 May 2026).
9. Mozhova H. V., Morozov A. O. & Fomin O. D. (2017). Vykorystannia CRM-system na ukrainskomu rynku: osoblyvosti ta perspektyvy [Use of CRM systems on the Ukrainian market: features and prospects]. *Problemy systemnoho pidkhodu v ekonomitsi – Problems of Systemic Approach in the Economy*, is. 2, pp. 89–94. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/PSPE_print_2017_2_17 (accessed: 1 May 2026).

10. Naipopuliarnisha ukrainska CRM – SalesDrive, ale №1 dosi Bitrix24. Yak pereikhaty z rosiiskoho softu [The most popular Ukrainian CRM is SalesDrive, but Bitrix24 is still No. 1. How to move from Russian software]. (2026). *ITC.ua*. Available at: <https://itc.ua/ua/partnerskij-proekt/najpopulyarnisha-ukrayinska-crm-salesdrive-ale-1-dosi-bitrix24-yak-pereyihaty-z-rosijskogo-softu/> (accessed: 8 May 2026).
11. Raiko D. V. (2025). CRM-systemy u formuvanni stratehii marketynhu vidnosyn: efektyvnist vprovadzhennia v malomu ta serednomu biznesi Ukraini [CRM systems in the formation of relationship marketing strategies: effectiveness of implementation in small and medium business of Ukraine]. *Efektivna ekonomika – Efficient Economy*, no. 5, pp. 27. Available at: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/6461/6545> (Accessed: 2 May 2026).
12. Yak intehtatory zapuskaiut CRM u biznesi: realnyi dosvid ukrainskykh intehtatoriv [How integrators launch CRM in business: real experience of Ukrainian integrators]. (2026). *KeepinCRM Blog*. Available at: <https://www.keepincrm.com/how-integrators-implement-crm-in-business> (accessed: 18 March 2026).

Дата надходження статті: 23.06.2026

Дата прийняття статті: 30.07.2026

Дата публікації статті: 04.09.2026