

Гук О. В.
канд. екон. наук, доц.,
доцент кафедри менеджменту підприємств
ORCID: 0000-0002-8129-8392;

Сучок В. І.
магістр ФММ
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря
Сікорського», м. Київ, Україна
ORCID: 0009-0006-4057-8773

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «СТОРОЖУК» НА ОСНОВІ ВПРОВАДЖЕННЯ CRM-СИСТЕМИ

Підвищення ефективності діяльності підприємства є ключовим фактором для забезпечення його конкурентоспроможності та сталого розвитку. У сучасних умовах глобалізації та цифровізації бізнесу компанії все частіше звертаються до впровадження автоматизованих систем управління, які дозволяють оптимізувати внутрішні процеси, знизити витрати та підвищити якість обслуговування клієнтів. Одним із таких інструментів є система управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM), яка сприяє покращенню комунікації з клієнтами, інтеграції маркетингових та фінансових інструментів, а також забезпечує прозорість бізнес-процесів. ТОВ «СТОРОЖУК» – підприємство з чисельністю понад 100 працівників, яке спеціалізується на виготовленні та експорті металоконструкцій. В останні роки компанія демонструє стабільну фінансову динаміку, має широку клієнтську базу та займає лідерські позиції на ринку. У цьому контексті важливим кроком до підвищення ефективності управлінської та операційної діяльності є впровадження сучасної CRM-системи. CRM (Customer Relationship Management) – це система управління взаємовідносинами з клієнтами, яка дозволяє централізувати інформацію, контролювати процеси продажу, планувати комунікації та підвищувати якість обслуговування. У випадку ТОВ «СТОРОЖУК» CRM-система повинна не просто фіксувати дані про клієнтів, а стати повноцінним інструментом автоматизації бізнес-процесів.

Перейдемо до фінансових показників діяльності ТОВ «Сторожук» за 2022–2024 рр. (таблиця 1).

Таблиця 1 – Фінансові показники діяльності ТОВ «Сторожук», 2022–2024 рр.

Показник	2022	2023	2024
Чистий дохід від реалізації продукції, грн	107 957 300	205 443 300	460 324 400
Чистий прибуток, грн	6 675 400	23 408 000	58 961 900
Активи, грн	75 591 400	156 650 100	207 535 300
Зобов'язання, грн	20 842 400	76 226 900	74 635 000
Кількість працівників, осіб	72	86	115

Джерело: складено авторами за даними [1]

Провівши аналіз фінансових показників ТОВ «Сторожук» за 2022–2024 рр. (табл.1), можна зробити висновок про значне зростання обсягів реалізації продукції. Чистий дохід компанії зріс у 4,3 рази з 2022 по 2024 рік (з 107,96 млн грн до 460,32 млн грн), а чистий прибуток збільшився майже в 9 разів (з 6,67 млн грн до 58,96 млн грн). Однак, з урахуванням зростання курсу долара з 28 до 42 грн/USD (тобто на 50 %), реальне зростання доходу та прибутку в доларовому еквіваленті було меншим.

У сфері активів та зобов'язань простежується позитивна динаміка розвитку підприємства. Так, у 2023 році зобов'язання зросли до 76,23 млн грн, але вже у 2024 році зменшилися до 74,63 млн грн. У доларовому еквіваленті це становить 2,72 млн дол США та 1,81 млн дол США у 2024, що свідчить про фактичне зменшення боргового навантаження. Таким чином, компанія демонструє зростання активів за умов ефективного управління зобов'язаннями, що є позитивною ознакою фінансової стабільності.

Також позитивні зміни відбулися щодо розширення штату ТОВ «Сторожук», зокрема, кількість працівників збільшилася з 72 осіб у 2022 році до 115 у 2024 році. незважаючи на збільшення чисельності персоналу, витрати на оплату праці в іноземній валюті не зросли пропорційно через девальвацію гривні, що частково пом'якшило фінансове навантаження на підприємство.

Основною проблемою ТОВ «Сторожук» в контексті бізнесу і його життєздатності є відсутність операційної узгодженості між відділами. Відсутність єдиної системи для управління взаємодією з клієнтами може призводити до втрати лідів, затримок у виконанні замовлень та помилок у комунікації між відділами продажів, фінансів та логістики. Враховуючи великі масштаби підприємства, особливо важливою є можливість інтеграції CRM з іншими цифровими рішеннями. Саме тому, при впровадженні нової CRM-системи доцільно враховувати:

1) маркетингові інструменти – запуск персоналізованих кампаній, сегментація клієнтів, аналіз ефективності промо-активностей;

2) фінансові системи – автоматичне формування рахунків, контроль дебіторської заборгованості, зв'язок із бухгалтерським та управлінським обліком;

3) штучний інтелект (ШІ) – прогнозування продажів, виявлення патернів поведінки клієнтів, рекомендаційні модулі для менеджерів [2].

Для компанії з розгалуженою структурою та численим персоналом важливо, щоб CRM-система була гнучкою та масштабованою, з можливістю налаштування доступів і контролю за результатами роботи різних підрозділів: продажів, логістики, постачання тощо. Упровадження CRM також допомагає мінімізувати вплив людського фактора, пришвидшує обробку запитів, автоматизує процеси звітності і підвищує прозорість управління.

З погляду менеджменту, цифровізація за допомогою CRM – це не модернізація технічної бази, а довгострокова стратегічна інвестиція. CRM-система забезпечує керівництво оперативними аналітичними даними, що дозволяє швидко реагувати на ринкові зміни та ухвалювати обґрунтовані рішення. У результаті це підвищує конкурентоспроможність підприємства [2].

Таким чином, впровадження CRM-системи для ТОВ «СТОРОЖУК» є логічним та своєчасним кроком, що дозволить не лише оптимізувати поточну діяльність, а й стати основою для подальшого масштабування бізнесу та досягнення стратегічних цілей.

Аналіз фінансового стану ТОВ «Сторожук» свідчить про стабільне зростання бізнесу, що підтверджується збільшенням доходу, чистого прибутку та активів. Проте, як і більшість підприємств у сфері виробництва металоконструкцій, компанія переважно реінвестує прибуток в операційну діяльність та оновлення основних засобів, а не у маркетингові активності. Це може обмежувати її здатність до швидкої адаптації до змін ринку та формування впізнаваного бренду серед нових клієнтів.

Впровадження CRM-системи з інтеграцією фінансових та маркетингових інструментів дозволить ТОВ «Сторожук» не лише оптимізувати управління продажами та витратами, але й раціональніше використовувати кошти, спрямовуючи їх на найбільш ефективні канали залучення клієнтів. Зокрема, CRM допоможе [3]:

1) автоматизувати аналіз витрат і підвищити фінансову дисципліну завдяки контролю грошових потоків;

2) ефективніше керувати відносинами з клієнтами, персоналізуючи комерційні пропозиції та прогнозуючи попит;

3) оцінювати ефективність вкладень у маркетинг, навіть за обмежених бюджетів, шляхом використання аналітики лідів і продажів.

Таким чином, збалансоване поєднання операційної ефективності та цільових маркетингових інвестицій через CRM дозволить компанії ще швидше нарощувати ринкові позиції та посилювати конкурентну перевагу без надмірного збільшення витрат.

Впровадження CRM-системи для ТОВ «Сторожук» є стратегічним рішенням, яке допоможе оптимізувати операційні процеси, підвищити контроль за фінансовими потоками та ефективніше управляти клієнтською базою. Автоматизація продажів, інтеграція маркетингових інструментів і використання аналітики дозволять компанії зменшити втрати лідів, прискорити виконання замовлень і підвищити якість взаємодії між підрозділами.

Завдяки гнучкості та масштабованості CRM, підприємство зможе раціонально використовувати ресурси, знизити операційні витрати та адаптуватися до ринкових змін. Це не лише зміцнить конкурентні позиції компанії, але й закладе основу для подальшого масштабування бізнесу та сталого розвитку.

Список використаних джерел

1. ТОВ «Сторожук». Досьє компанії на Опендатабот. URL: <https://opendatabot.ua/c/32849298> (дата звернення: 04.04.2025).
2. Гордєєва-Герасимова Л. Впровадження CRM-системи на підприємстві. *Вісник Хмельницького національного університету*, 2022. № 6. Том 2. С. 115–118. URL: <https://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2023/01/2022-312-62-21.pdf> (дата звернення: 04.04.2025).
3. The Top 5 Benefits of a CRM for Manufacturing Companies. URL: <https://www.speridian.com/blogs/top-5-benefits-of-a-crm-for-manufacturing-companies/> (the date of application: 04.04.2025).