

координації дій та рішень; чіткий розподіл повноважень та відповідальності тощо.

Список використаних джерел:

1. Вплив війни на зовнішню торгівлю України (за підсумками першого півріччя 2022 р.). Національний інститут стратегічних досліджень. URL: <http://surl.li/egztx>.
2. Прокопишин О.С., Трушкіна Н.В., Сербіна Т.В. Щодо організації зовнішньоекономічної логістичної діяльності аграрних підприємств в умовах війни. *Вісник економічної науки України*. 2022. № 1. С. 209-217.

Д-р екон. наук Яровенко Т. С., Мисків В. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ФОРМУВАННЯ КЛІЄНТОРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ПОСЛУГ**

Орієнтація на клієнтів у діяльності підприємства сфери послуг є стратегічною складовою успіху на ринку. Врахування потреб та очікувань клієнтів є ключовим аспектом розвитку сучасного бізнесу, оскільки це дозволяє підприємству задовольнити запити клієнтів і зберегти їх лояльність, забезпечити стійкий дохід та досягти успіху у довгостроковій перспективі.

Отже українським компаніям, особливо у складних умовах сьогодення, необхідно використовувати клієнтоорієнтований підхід, що розглядає клієнтів як партнерів у взаємовідносинах. Він передбачає використання ключових компетенцій компанії задля забезпечення постійної взаємовигідної співпраці з клієнтами. Папенко Л.М. [1, с. 68] зазначає, що клієнтоорієнтованість є сучасною стратегією управління підприємством, яка ґрунтується на глибокому розумінні потреб і вимог клієнтів задля створення та збереження відданості споживачів.

Головну мету впровадження такого підходу у діяльність компанії фахівець вбачає у збільшенні обсягів продажів, збереженні частки ринку та зростанні прибутковості порівняно з конкурентами, які не досягли відповідного рівня лояльності. Клієнтоорієнтовність реалізується шляхом персоналізації товарів (послуг), а також способів взаємодії з клієнтами щоб

краще зрозуміти їхні запити, потреби та унікальні характеристики [1]. Як зазначає Романчукевич М.Й. [2], налагоджування тривалих позитивних відносин із клієнтами дає відчутний прибуток та їх утримання, що є чинником забезпечення конкурентних переваг компанії. Отже, клієнтоорієнтований підхід передбачає: глибоке розуміння потреб клієнта, ефективне їх задоволення, отримання додаткового прибутку [2, с. 168].

Додатковий дохід під час впровадження такого підходу виникає у зв'язку із продажем додаткових товарів (послуг). Проте вимагає розробку відповідної стратегії й політики, а також формування позитивного іміджу компанії.

Серед основних переваг клієнтоорієнтованого підходу для клієнта:

- психологічні – активне спілкування та задоволення вимог;
- соціальні – дружні відносини з персоналом;
- економічні – отримання знижок, бонусів, індивідуального сервісу [2].

В цілому система ефективного обслуговування клієнтів компанії, дає змогу отримати наступні переваги (рис. 1).



Рис. 1. Переваги високої клієнтоорієнтованості організації [3]

Формування політики орієнтації на клієнтів вимагає від підприємства систематичного моніторингу, який включає: оцінку внутрішньої орієнтації співробітників на клієнтів, а також ставлення клієнтів до персоналу компанії. Для автоматизації цього процесу використовуються система управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM-Customer Relationship Management), яка [1]:

- забезпечує взаємодію всіх підрозділів з клієнтами;
- допомагає вирішити завдання задоволення та утримання клієнтів, управління продажами;
- оптимізує діяльність компанії; зменшує витрати на пошук і обробку інформації; здійснює аналіз даних тощо.

Отже, використання клієнтоорієнтованого підходу у діяльності підприємства сфери послуг є ключовим елементом забезпечення його успіху та стійкості на сучасному конкурентному ринку. Такий підхід реалізується шляхом: аналізу потреб клієнтів, розробки персоніфікованих продуктів та послуг згідно із потребами клієнтів, забезпечення високої якості обслуговування, зворотного зв'язку з клієнтами та розвитку взаємовідносин з ними.

Цей процес допомагає компанії не лише залучати нових та утримувати постійних клієнтів, зберігати та розвивати бізнес у довгостроковій перспективі. Впровадження концепції клієнтського досвіду та сучасних стандартів обслуговування дозволяє забезпечити підвищення рівня лояльності клієнтів та якості їх обслуговування.

Список використаних джерел:

1. Папенко Л.М. Підходи до визначення поняття «клієнтоорієнтованість» у контексті управління сервісним підприємством. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. Вип. 15. Ч. 3. С. 67-70.
2. Романчукевич М.Й. Клієнтоорієнтованість як інструмент формування конкурентних переваг компанії. *Економіка та управління підприємствами*. 2018. Вип. 21. С. 165-173.
3. Рябоконт Н.П. До питання формування клієнтоорієнтованості як ключової компетенції компанії. *Ефективна економіка*. 2015. № 11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2015/49.pdf.