

**Юлія МАРЦЕНЮК**

здобувачка освітньо-професійної  
програми «Менеджмент», ЗУНУ

Науковий керівник – к. н. д. у., доцент, доцент кафедри  
менеджменту, публічного управління та персоналу ЗУНУ

Наталія ЩЕРБАК

## **КЛІЄНТООРІЄНТОВАНІСТЬ ЯК СТРАТЕГІЯ ВИЖИВАННЯ ТА РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УМОВАХ КРИЗИ**

Сучасні підприємства стикаються з викликами, спричиненими економічною кризою та війною, що призвело до значного скорочення прибутків та зниження купівельної спроможності споживачів. У таких умовах менеджмент змушений шукати ефективні стратегії адаптації, і одним із ключових підходів є клієнтоорієнтоване управління. Клієнтоорієнтованість поєднує принципи маркетинг-менеджменту та маркетингу взаємодії, акцентуючи увагу на потребах клієнтів, розвитку відносин із ними та застосуванні сучасних технологій управління цими взаєминами.

Клієнтоорієнтованість – це стратегічний підхід до управління підприємством, який базується на глибокому розумінні потреб клієнтів, їхніх очікувань та поведінкових особливостей. Клієнтоорієнтованість поєднує принципи маркетинг-менеджменту, взаємодії зі споживачами та адаптації бізнес-процесів до змін ринкового середовища. Ключовими аспектами клієнтоорієнтованого підходу є формування довгострокових партнерських відносин із клієнтами, персоналізація обслуговування, створення додаткової цінності для споживачів та підвищення їхньої лояльності. В основі цього підходу лежать сучасні технології аналізу клієнтських даних, що дозволяють прогнозувати потреби споживачів, розробляти ефективні комунікаційні стратегії та покращувати якість сервісу.

Клієнтоорієнтованість також виступає важливим інструментом стратегічного управління, оскільки її впровадження сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства,

забезпеченню стабільного прибутку та зміцненню позицій на ринку. Клієнтоорієнтованість передбачає не лише задоволення актуальних запитів клієнтів, але й проактивне реагування на їхні майбутні потреби. Таким чином, клієнтоорієнтованість є комплексною моделлю управління, що інтегрує маркетингові, управлінські та технологічні інструменти для створення стійкої конкурентної переваги. Клієнтоорієнтованість не лише змінює підхід підприємства до взаємодії зі споживачами, а й визначає нові стандарти ведення бізнесу в умовах динамічного ринку.

Науковці трактують поняття «клієнтоорієнтованість» по-різному, розглядаючи його як процес, метод, результат чи чинник лояльності споживачів. Впровадження такого підходу в менеджмент підприємства дозволяє забезпечити стабільність і конкурентні переваги, адаптуючи компанію до динамічних умов ринку.

Клієнтоорієнтованість розглядається з різних позицій: як стратегія, інструмент, компетенція, механізм отримання прибутку та науковий підхід. Всі ці підходи є взаємопов'язаними та свідчать про комплексний характер клієнтоорієнтованого управління, яке спрямоване не лише на задоволення поточних потреб клієнтів, а й на створення довгострокових конкурентних переваг підприємства.

Клієнтоорієнтований підхід є важливою складовою формування бренду підприємства, оскільки він визначає місце інтересів клієнтів у діяльності компанії та впливає на довгострокову перспективу її розвитку.

Однією з ключових особливостей цього підходу є баланс між поточним станом підприємства та його майбутніми цілями. Впровадження клієнтоорієнтованої стратегії дозволяє компанії не лише задовольняти актуальні запити споживачів, а й прогнозувати їхні майбутні потреби, адаптуючи свою діяльність відповідно до змін ринку. Також клієнтоорієнтованість сприяє отриманню додаткового прибутку завдяки глибокому розумінню споживачів та ефективному задоволенню їхніх потреб. Основний акцент робиться на максимізацію цінності для клієнта, що забезпечує його лояльність та формує позитивний імідж компанії.

Ще однією важливою характеристикою є встановлення більш тісних партнерських відносин із цільовими клієнтами, що передбачає індивідуальний підхід, персоналізацію послуг і створення унікальних пропозицій, які відповідають специфічним запитам споживачів. Крім того, клієнтоорієнтований підхід спрямований на зниження транзакційних витрат споживачів шляхом довгострокового співробітництва та створення комфортних умов взаємодії. Внаслідок цього клієнти отримують додаткову вигоду, що зміцнює їхню довіру до бренду [1, с. 15].

Важливо зазначити, що клієнтоорієнтованість є не лише стратегією, а й ефективним інструментом, який дозволяє підприємству знаходити найбільш вигідні рішення для задоволення запитів клієнтів та формувати їхню довготривалу прихильність. Зрештою, клієнтоорієнтований підхід відіграє ключову роль у створенні конкурентних переваг компанії, сприяючи її стабільному розвитку, зміцненню ринкових позицій та зростанню брендової цінності в очах споживачів.

### **Список використаних джерел**

1. Антошкова Н. А. Клієнтоорієнтований сервіс як пріоритетний споживчий запит споживачів підприємства ресторанного господарства у XXI столітті. Вісник Хмельницького національного університету. 2019. № 6. Том 1. С. 14-18.
2. Шкільняк М., Мельник А., Желюк Т., Васіна А., Дудкіна О. Менеджмент та публічне управління в умовах сучасних викликів. Вісник економіки. 2023. Вип. 2. С. 233-248.