

Станіслав Ю. Стрілець, Максим В. Корнеєв,
Юлія Г. Горященко, Олександр О. Стахів, Сергій О. Веснін

ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНOSTI ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Досліджено теоретичні та прикладні аспекти формування організаційно-економічного забезпечення клієнтоорієнтованості підприємницької діяльності на споживчому ринку.

Клієнтоорієнтованість є ключовою умовою забезпечення конкурентоспроможності підприємств на споживчому ринку. Ефективне управління клієнтоорієнтованістю потребує формування комплексного організаційно-економічного забезпечення. Організаційно-економічне забезпечення клієнтоорієнтованості підприємницької діяльності на споживчому ринку є складною багаторівневою системою, яка охоплює організаційні, економічні, інформаційні, інноваційні та соціальні механізми управління взаємодією зі споживачами. Саме комплексність такого підходу забезпечує формування довгострокових конкурентних переваг підприємств та їх стійкість у ринковому середовищі. Цифровізація суттєво трансформує механізми взаємодії зі споживачами, формуючи нові можливості для персоналізації, автоматизації та аналітики. Обґрунтовано, що впровадження CRM-систем, використання Big Data та AI-технологій підвищує ефективність взаємодії з клієнтами та рівень їх лояльності. Ключовими факторами успішної клієнтоорієнтованості є формування споживчої цінності, розвиток клієнтоорієнтованої культури, омніканальність комунікацій та використання інноваційних технологій.

Обґрунтовано, що клієнтоорієнтованість виступає системоутворюючим фактором розвитку підприємств, який забезпечує формування довгострокових конкурентних переваг, підвищення ефективності господарської діяльності та стабільність функціонування на споживчому ринку. Розкрито економічну сутність клієнтоорієнтованості як інтегрованої характеристики підприємства, що передбачає орієнтацію на потреби споживачів, створення споживчої цінності та розвиток взаємовигідних відносин із клієнтами. Визначено ключові елементи організаційно-економічного забезпечення клієнтоорієнтованості, включаючи управлінські, фінансові, інформаційні та інноваційні складові. Запропоновано підходи до формування ефективної системи управління клієнтоорієнтованістю підприємств на споживчому ринку.

Ключові слова: клієнтоорієнтованість, споживчий ринок, підприємницька діяльність, конкурентоспроможність, цифровізація, організаційно-економічне забезпечення, механізм, підприємство.