Єсіна Ольга Геннадіївна
ст. викладач кафедри економічної кібернетики та інформаційних технологій,
Одеський національний економічний університет,
м. Одеса, Україна
Лінгур Любов Миколаївна
к.е.н., доц., доцент кафедри економічної кібернетики
та інформаційних технологій,
Національний університет «Одеська політехніка»
м. Одеса, Україна

ОПТИМІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ З ПОГЛЯДУ НА КЛІЄНТООРІЄНТОВАНІСТЬ

Клієнтоорієнтованість товаровиробника – це управління, що ґрунтується на аналізі потреб споживачів. Такий підхід дозволяє пропонувати продукцію та послуги, які повністю задовольняють наявні потреби та сприяють збільшенню лояльності споживачів та привабливості компанії для подальшого користування. Клієнтоорієнтованість є ключовим фактором, який спонукає клієнтів повторно звертатися до компанії та рекомендувати її іншим [1].

Еволюція до клієнтоорієнтованого підходу в економіці визначається змінами у ролі та очікуваннях споживачів. Особливо важливою стає увага до потреб клієнтів, які не тільки задовольняють базові вимоги, а й відповідають вищим цілям, таким як особисте задоволення та самовираження. Це вимагає від компаній активно залучати споживачів до взаємодії, надаючи не лише продукти, але й враження та сервіс на високому рівні. Другий ключовий аспект – використання Інтернету та мобільних технологій. Завдяки цьому, компанії можуть забезпечити доступ до інформації про продукти та послуги в будь-який час і місце, взаємодіючі з клієнтами на їхніх умовах. Це стимулює участь та сприяє розвитку більш глибоких зв’язків зі споживачами. Нарешті, технології збору та аналізу даних, включаючи системи CRM, дозволяють не лише збирати інформацію про клієнтів, але і використовувати ці дані для індивідуалізації продуктів та послуг. Враховуючи унікальні потреби та переваги кожного клієнта, компанії можуть ефективно взаємодіяти з ними та створювати персоналізовані рішення, що відповідають клієнтським очікуванням.

Таким чином, збільшується лояльність споживачів до компанії, підвищується споживання та увага до пропозицій товарів або послуг, залучаються нові клієнти через рекомендації та позитивний досвід взаємодії [2]. Для успішної реалізації клієнтоорієнтованої стратегії потрібна участь кожного працівника компанії, не тільки керівництва. Процес розробки такої стратегії є довгим, але ефективного результату можна досягти, якщо кожен співробітник усвідомить свою відповідальність та внесок у створення цінності для клієнта через надання послуг в єдиному ланцюжку [3].

Впровадження стандартів управління якістю в малому та середньому бізнесі стає важливою складовою стратегії оптимізації бізнес-процесів, особливо з огляду на клієнтоорієнтованість. Сучасний підхід до стандартів якості, таких як ISO 9001, дозволяє підприємствам ефективно організовувати свою діяльність та створювати продукцію або надавати послуги, які відповідають високим стандартам якості та вимогам клієнтів. Стандарти якості стимулюють підприємства до створення прозорих та ефективних бізнес-процесів, адаптованих до зміни потреб ринку. Це відбивається на здатності компанії взаємодіяти з клієнтами на більш гнучкий та індивідуальний спосіб. Наприклад, стандарти якості покликані гарантувати, що вироблені товари чи надані послуги відповідають встановленим стандартам та очікуванням клієнтів. Оптимізація бізнес-процесів в контексті впровадження стандартів якості дозволяє підприємствам підтримувати високий рівень якості, швидше реагувати на зміни у вимогах ринку та упевнено адаптуватися до нових викликів, що сприяє конкурентоспроможності та забезпечує позитивний досвід споживачів [4].

У контексті оптимізації бізнес-процесів на підприємстві, що акцентує увагу на клієнтоорієнтованості, ключовим елементом є впровадження інноваційних практик та технологій для поліпшення взаємодії з клієнтами. Використання сучасних CRM-систем, аналітичних інструментів та інших технологій дозволяє збільшити продуктивність бізнес-процесів, допомагає зрозуміти поведінку клієнтів, їхні попередні взаємодії з компанією, персоналізувати пропозиції. Суттєвою частиною оптимізації бізнес-процесів є аналіз взаємодій між різними відділами компанії та їхнім впливом на клієнта. Інтеграція бізнес-процесів в єдину систему, де кожен етап взаємодії з клієнтом максимально оптимізований, сприяє створенню злагодженого та ефективного середовища для обслуговування клієнтів.

Отже, ключовим питанням в оптимізації бізнес-процесів з погляду клієнтоорієнтованості є підвищення продуктивності, забезпечення високої якості обслуговування, що відповідає очікуванням та потребам клієнтів. Це можливо завдяки постійній відкритості до змін, адаптації до нових вимог ринку та стратегічному впровадженню інновацій у всі сфери бізнесу.

Список літератури

1. Терлецька Ю. 2022. Клієнтоорієнтованість як чинник формування рівня зрілості системи менеджменту підприємства. *Молодий вчений*. 7 (107), 101-104.

2. Боєнко О.Ю., Статкевич К.О. 2021. Стратегічне управління підприємством: клієнтоорієнтований підхід. *Економіка і організація управління*. 4 (44), 131-144.

3. Khalina V. і Vasil'eva T. 2020. Клієнтоорієнтована стратегія розвитку підприємства: формування на засадах соціальної відповідальності у сфері надання послуг. *Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 1, 21 (Бер 2020), 98-107.

4. Лінгур Л., Мартинюк О., & Єсіна О. (2023). Впровадження стандартів якості в управління підприємствами малого та середнього бізнесу. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки»*. Вип. 1 (107), 12-18.