

Вадим Ратинський, Надія Зарічна, Олег Малярський
Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя
(Україна)

Vadym Ratynskyi, Nadiia Zarichna, Oleg Maliarskyi
Ternopil Ivan Puluj National Technical University (Ukraine)

**ІНТЕГРАЦІЯ БІЗНЕС-АНАЛІЗУ, ФІНАНСОВИХ СТРАТЕГІЙ
ТА УПРАВЛІННЯ КЛІЄНТСЬКИМИ ВЗАЄМОВІДНОСИНАМИ
У КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМСТВОМ**

**INTEGRATION OF BUSINESS ANALYSIS, FINANCIAL
STRATEGIES, AND CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT IN THE CONTEXT OF STRATEGIC
ENTERPRISE MANAGEMENT**

Резюме. Стаття присвячена дослідженню інтеграції бізнес-аналізу, фінансових стратегій та управління клієнтськими взаємовідносинами як ключових компонентів у стратегічному управлінні підприємством. У сучасному конкурентному середовищі компанії стикаються з необхідністю ефективного об'єднання різних управлінських підходів для досягнення сталого розвитку та підвищення операційної гнучкості. У роботі розглянуто роль бізнес-аналізу у зборі, інтерпретації даних і розробці аналітичних прогнозів, що дозволяє приймати обґрунтовані управлінські рішення та оптимізувати фінансову діяльність. Застосування фінансових стратегій аналізується з точки зору їх впливу на ресурсну базу компанії, збільшення фінансової стійкості та покращення фінансових результатів. Крім того, оцінюється ефективність управління взаємовідносинами з клієнтами, яке дозволяє формувати стабільну клієнтську базу та підвищувати рівень лояльності клієнтів. Дослідження демонструє, як поєднання цих елементів створює синергетичний ефект, що посилює стратегічну позицію компанії на ринку. На основі отриманих результатів зроблено висновок про необхідність інтеграційного підходу для забезпечення конкурентоспроможності та стійкості підприємства, що, в свою чергу, сприяє його адаптивності до змінних умов бізнес-середовища.

Summary. This article explores the integration of business analysis, financial strategies, and customer relationship management as essential components within strategic enterprise management. In today's competitive environment, companies face the need to effectively combine various

management approaches to achieve sustainable growth and enhance operational flexibility. The paper examines the role of business analysis in data collection, interpretation, and analytical forecasting, which facilitates informed managerial decisions and optimizes financial operations. The application of financial strategies is analyzed from the perspective of their impact on a company's resource base, financial stability, and performance improvement. Additionally, the study evaluates the effectiveness of customer relationship management in building a stable customer base and increasing customer loyalty. The research demonstrates how the combination of these elements creates a synergistic effect that strengthens a company's strategic position in the market. Based on the results, the study concludes that an integrative approach is essential for ensuring competitiveness and enterprise resilience, which in turn supports adaptability to dynamic business conditions.

Вступ. Сучасний бізнес-світ характеризується високим рівнем конкуренції, глобалізацією ринків та стрімкими змінами в технологіях, які потребують від підприємств постійного адаптування до нових умов. У таких умовах ефективне управління підприємством стає однією з ключових складових його довгострокового успіху та стійкості. Важливими елементами стратегічного управління є інтеграція бізнес-аналізу, фінансових стратегій та управління взаємовідносинами з клієнтами, що разом забезпечують комплексний підхід до прийняття управлінських рішень, підвищення ефективності операційної діяльності та посилення конкурентоспроможності компанії.

Основна частина. Бізнес-аналіз у цьому контексті відіграє фундаментальну роль, адже саме він надає можливість ефективного збору, обробки та інтерпретації даних для розробки прогнозів та рекомендацій, що сприяють оптимізації операційних процесів і поліпшенню фінансових показників. Використання аналітичних інструментів дозволяє підприємствам отримувати реальні дані про внутрішні та зовнішні чинники, які впливають на їх діяльність. Це, у свою чергу, дозволяє знижувати ризики та приймати обґрунтовані рішення щодо стратегічного розвитку.

Фінансові стратегії також мають важливе значення, оскільки вони формують основу для стабільного функціонування компанії та її розвитку. Оптимізація управління фінансовими ресурсами забезпечує можливість ефективного розподілу капіталу, інвестування в інновації та розвиток нових напрямів діяльності. Це дозволяє не лише підвищити фінансову стійкість компанії, але й забезпечити її готовність до ринкових змін та кризових ситуацій.

Управління клієнтськими взаємовідносинами (CRM) відіграє ще одну важливу роль у досягненні стратегічних цілей підприємства. В умовах, коли ринкова конкуренція постійно зростає, побудова міцних та довготривалих взаємовідносин з клієнтами стає ключовим фактором успіху. Завдяки сучасним CRM-системам підприємства можуть краще розуміти потреби та очікування клієнтів, що дозволяє персоналізувати обслуговування, підвищувати рівень лояльності клієнтів та зміцнювати бренд на ринку. Інтеграція бізнес-аналізу, фінансових стратегій та управління клієнтськими взаємовідносинами є важливим кроком для підприємства, яке прагне залишатися конкурентоспроможним і ефективним. Синергетичне поєднання цих напрямків створює основу для розробки комплексних стратегій, які забезпечують компанії здатність швидко адаптуватися до змін, розвивати інноваційні підходи і максимально використовувати свої ресурси. Дана стаття спрямована на глибше розуміння ролі кожного з цих елементів та їх взаємодії, що дозволяє підприємству досягти високої результативності та стійкості в умовах сучасного бізнес-середовища.

Роль бізнес-аналізу в стратегічному управлінні. Бізнес-аналіз є фундаментальним інструментом, що сприяє прийняттю обґрунтованих рішень на основі кількісних і якісних даних. Сучасні дослідження показують, що підприємства, які активно застосовують методи бізнес-аналізу, досягають кращих результатів у стратегічному плануванні та оптимізації внутрішніх процесів. За даними дослідження компанії McKinsey & Company [1], підприємства, які застосовують інструменти бізнес-аналізу для аналізу ринку та клієнтської бази, на 23% частіше приймають рішення, які сприяють сталому розвитку бізнесу. Це дозволяє не тільки знижувати витрати, але й підвищувати загальну ефективність діяльності.

Бізнес-аналіз забезпечує підприємству можливість виявляти приховані закономірності, відстежувати ринкові тенденції та швидко адаптуватися до змін, що є особливо важливим в умовах динамічного середовища. Наприклад, за допомогою аналізу поведінки клієнтів можна розробити більш ефективні стратегії персоналізації, що сприяють покращенню обслуговування та підвищенню лояльності клієнтів. Аналіз показників продажів дозволяє вчасно коригувати маркетингові та цінові стратегії, забезпечуючи стабільне зростання.

Вплив фінансових стратегій на стійкість підприємства. Фінансові стратегії є ключовим аспектом, що забезпечує підприємству стабільне функціонування в умовах нестабільної економіки. Дослідження, проведене Національним бюро економічних досліджень (NBER) [2], показало, що компанії з чітко визначеними фінансовими

стратегіями мають на 30% вищу ймовірність подолати кризові періоди без значних втрат. Це підкреслює важливість ефективного управління фінансовими ресурсами для збереження конкурентних позицій на ринку. Застосування фінансових стратегій дозволяє підприємствам не тільки оптимізувати витрати, але й інвестувати в розвиток нових напрямків. Наприклад, реінвестування прибутку в технологічні інновації або підвищення кваліфікації персоналу сприяє підвищенню продуктивності та конкурентоспроможності компанії. Крім того, завдяки ефективним фінансовим стратегіям підприємства можуть знижувати рівень боргового навантаження та забезпечувати фінансову стабільність, що є важливою складовою довгострокового успіху.

Управління клієнтськими взаємовідносинами (CRM) як елемент стратегічного управління. Управління клієнтськими взаємовідносинами (CRM) стає критично важливим для підприємств, що прагнуть створити довгострокову клієнтську базу та підвищити лояльність клієнтів. Згідно з дослідженням Gartner [3], підприємства, що використовують CRM-системи, досягають зростання показника лояльності клієнтів на 15% та підвищення продажів на 20%. Використання CRM-систем дозволяє підприємству збирати та аналізувати дані про клієнтів, що сприяє розробці персоналізованих маркетингових стратегій та покращенню якості обслуговування.

CRM сприяє ефективному управлінню клієнтськими очікуваннями та побудові довіри, що є основою для формування стабільних взаємовідносин. Наприклад, персоналізація комунікацій, заснована на даних CRM, дозволяє задовольняти індивідуальні потреби клієнтів, що підвищує їхню задоволеність та лояльність до бренду. Це, в свою чергу, знижує витрати на залучення нових клієнтів та збільшує доходи від існуючих клієнтів, що позитивно впливає на фінансові показники компанії.

Синергетичний ефект інтеграції бізнес-аналізу, фінансових стратегій і CRM. Інтеграція бізнес-аналізу, фінансових стратегій та управління клієнтськими відносинами створює синергетичний ефект, який значно посилює стратегічне управління підприємством. Коли всі три компоненти працюють у взаємозв'язку, підприємство отримує можливість швидко реагувати на зміни ринку, ефективно використовувати фінансові ресурси та підтримувати високу лояльність клієнтів. Дослідження, проведене Harvard Business Review [4], показало, що підприємства, які інтегрують ці три підходи, досягають 2.5 рази вищих фінансових показників у порівнянні з тими, хто застосовує їх ізольовано. Це обумовлено тим, що інтеграція дозволяє краще розуміти клієнтські потреби, раціонально розподіляти ресурси

та орієнтуватися на інновації. Наприклад, використання даних CRM для розробки фінансових стратегій може забезпечити підприємству більшу рентабельність інвестицій, а бізнес-аналіз дозволяє вчасно визначати нові ринкові можливості.

В результаті проведених досліджень авторами була запропонована синергетична матриця стратегічного управління (рис.1): інтеграція аналітики, фінансів та взаємовідносин, яка була розроблена для того, щоб продемонструвати важливість інтегрованого підходу до стратегічного управління підприємством, де кожен з трьох основних елементів – бізнес-аналіз, фінансові стратегії та управління клієнтськими взаємовідносинами (CRM) – діє як взаємопов'язана складова цілісної стратегії. У сучасному динамічному середовищі бізнесу ця інтеграція набуває особливого значення, оскільки забезпечує гнучкість, ефективність і конкурентоспроможність підприємства.

Основні структурні блоки матриці:

1. Систематичний підхід до прийняття рішень. Завдяки злагодженій взаємодії бізнес-аналізу та фінансових стратегій можна отримати повну картину стану ринку, потреб клієнтів і можливих ризиків, що сприяє обґрунтованому прийняттю управлінських рішень.

2. Підвищення ефективності управління ресурсами. Фінансові стратегії, об'єднані з CRM, дозволяють оптимально розподіляти ресурси підприємства, знижувати витрати на залучення клієнтів і підвищувати дохідність.

3. Формування довгострокових відносин із клієнтами. CRM забезпечує не лише утримання клієнтів, але й глибше розуміння їх потреб, що дозволяє адаптувати продукти й послуги відповідно до очікувань споживачів. Це сприяє підвищенню лояльності та стійкості компанії на ринку.

4. Адаптація до змінних умов ринку. Використання бізнес-аналізу та аналітичних інструментів дозволяє підприємству вчасно реагувати на зовнішні виклики та адаптуватися до нових умов ринку, зберігаючи при цьому конкурентні переваги.

Таким чином, ця схема є не лише теоретичною моделлю, а й практичним інструментом, що дозволяє усвідомити стратегічні взаємозв'язки між критичними функціями управління, розвинути їхню синергію та впровадити більш ефективний підхід до управління підприємством.

Схема (рис. 1) відображає концептуальну модель інтеграції трьох основних функціональних елементів: бізнес-аналізу, фінансових

стратегій та управління клієнтськими взаємовідносинами (CRM) – у загальну систему стратегічного управління підприємством.

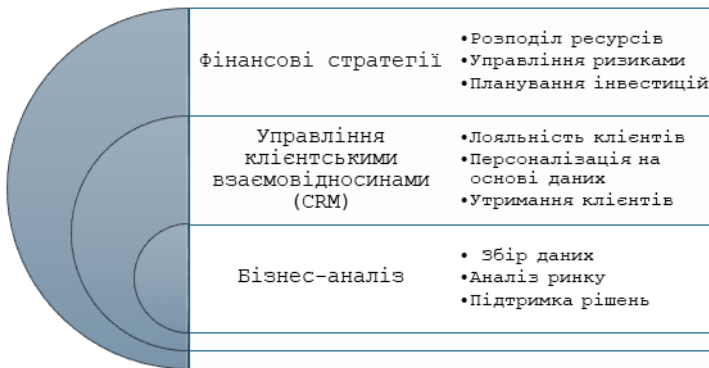


Рис. 1. Синергетична матриця стратегічного управління: інтеграція аналітики, фінансів та взаємовідносин

Центральний блок схеми, позначений як «Стратегічне управління підприємством», об'єднує ці елементи у функціональну цілісність, спрямовану на досягнення сталого розвитку та конкурентоспроможності.

1. Бізнес-аналіз

Бізнес-аналіз є фундаментальним компонентом стратегічного управління. Його основними аспектами є:

– Збір даних – процес систематичного збору внутрішніх і зовнішніх даних, який забезпечує підприємство інформацією для прийняття рішень.

– Аналіз ринку – розуміння ринкових тенденцій, вподобань споживачів і поведінки конкурентів, що дозволяє підприємству ефективно адаптувати свою стратегію до змін у зовнішньому середовищі.

– Підтримка рішень – завдяки аналізу даних бізнес-аналіз створює основу для стратегічних рішень, які впливають на всі рівні управління.

Бізнес-аналіз забезпечує підприємство критично важливою інформацією для адаптації до змін і зниження ризиків. Він є основою для виявлення можливостей оптимізації операційної діяльності.

2. Фінансові стратегії

Фінансові стратегії займають ключове місце у забезпеченні ресурсної підтримки стратегічних ініціатив. Їх функція полягає у створенні стійкої фінансової бази, яка дозволяє підприємству зберігати конкурентні позиції навіть у складних економічних умовах. Основні елементи фінансових стратегій включають:

- Розподіл ресурсів – забезпечення ефективного розподілу фінансових і матеріальних ресурсів для оптимального досягнення поставлених цілей.

- Управління ризиками – реалізація заходів для ідентифікації та мінімізації фінансових ризиків, що дозволяє уникнути непередбачених витрат.

- Планування інвестицій – стратегічне інвестування у нові проекти та напрями, що забезпечує довгостроковий розвиток підприємства.

Інтеграція фінансових стратегій із загальною системою управління підвищує стійкість підприємства до змін зовнішнього середовища та забезпечує стабільне зростання.

3. Управління клієнтськими взаємовідносинами (CRM)

Розташоване праворуч, управління клієнтськими взаємовідносинами (CRM) є важливим елементом підтримки тривалих та продуктивних відносин із клієнтами. Основні аспекти CRM включають:

- Лояльність клієнтів – формування довгострокових відносин, що сприяють збільшенню рівня задоволеності клієнтів та знижують витрати на їх залучення.

- Персоналізація на основі даних – використання CRM-систем для надання персоналізованого обслуговування, що підвищує значення кожної взаємодії з клієнтом.

- Утримання клієнтів – стратегія, яка зосереджується на забезпеченні постійного обслуговування для зниження рівня відтоку клієнтів.

CRM підвищує конкурентоспроможність підприємства через забезпечення високого рівня обслуговування, що зміцнює позиції компанії на ринку.

Центральний компонент: Стратегічне управління підприємством.

Центральний блок схеми, стратегічне управління підприємством, є об'єднуючим елементом, який координує бізнес-аналіз, фінансові стратегії та CRM. Цей компонент сприяє формуванню цілісної стратегії, яка забезпечує здатність підприємства швидко адаптуватися до змін та підтримувати високий рівень ефективності. Стратегічне

управління створює умови для сталого розвитку, орієнтованого на досягнення довготривалих бізнес-цілей. Такий підхід, що поєднує дані про клієнтів, управління фінансовими ресурсами та аналітику, створює міцну основу для прийняття рішень, що відповідають сучасним вимогам ринку і сприяють успішному функціонуванню підприємства.

Висновки. У результаті дослідження встановлено, що інтеграція бізнес-аналізу, фінансових стратегій та CRM забезпечує підприємствам гнучкість і конкурентоспроможність у швидкозмінному бізнес-середовищі. Кожен з цих елементів відіграє критичну роль, проте лише в комплексі вони створюють основу для стійкого зростання та підвищення ефективності управління. Отже, стратегічне управління, що спирається на інтеграційний підхід, є ключовим фактором досягнення довгострокових бізнес-цілей та розвитку підприємства. Інтеграція бізнес-аналізу, фінансових стратегій та управління клієнтськими взаємовідносинами в контексті стратегічного управління підприємством стає важливим фактором для досягнення довгострокової конкурентоспроможності та стабільного розвитку. Проведене дослідження підтверджує, що лише при комплексному підході до управління можна створити ефективну систему, здатну швидко адаптуватися до змін ринку, раціонально розподіляти ресурси та підтримувати високий рівень задоволеності клієнтів. По-перше, роль бізнес-аналізу в сучасному підприємстві важко переоцінити, оскільки він надає інструменти для глибокого розуміння ринкових умов, поведінки споживачів і внутрішніх показників ефективності. Аналітичні дані дозволяють обґрунтовувати стратегічні рішення, що сприяє більш точному прогнозуванню ризиків і можливостей. Це дає змогу підприємствам вчасно коригувати свої стратегії та відповідати на виклики зовнішнього середовища, що є надзвичайно важливим у нестабільних умовах глобальної економіки. По-друге, фінансові стратегії забезпечують основу для стабільного функціонування компанії, дозволяючи не лише ефективно управляти витратами, а й інвестувати в інновації та розвиток нових напрямків діяльності. Важливим аспектом є забезпечення фінансової гнучкості, яка дозволяє адаптувати фінансову структуру до різних фаз економічного циклу, що, в свою чергу, забезпечує підприємству стійкість до економічних коливань. Реінвестування прибутків у технологічні інновації, підвищення кваліфікації персоналу та покращення умов праці є важливими складовими фінансових стратегій, що створюють базу для довгострокового зростання.

По-третє, управління клієнтськими взаємовідносинами (CRM) стало важливим елементом, що дозволяє підприємству вибудовувати

тривалі відносини з клієнтами, підвищувати їхню лояльність та забезпечувати стабільний рівень продажів. У сучасних умовах, коли клієнти очікують персоналізованого підходу, застосування CRM-систем дозволяє не тільки задовольнити ці очікування, але й на основі отриманих даних розробляти ефективні маркетингові стратегії. Лояльність клієнтів стає важливим активом підприємства, що дозволяє мінімізувати витрати на залучення нових клієнтів та забезпечувати стабільний потік доходів.

Синергія бізнес-аналізу, фінансових стратегій та CRM створює цілісну систему управління, де кожен компонент доповнює інший, підсилюючи стратегічну позицію компанії. Інтеграція цих елементів сприяє покращенню внутрішніх процесів, зниженню витрат, а також підвищенню ефективності взаємодії з клієнтами. Отже, підприємства, які використовують інтеграційний підхід, мають більш високі шанси досягти стабільного успіху та залишатися конкурентоспроможними у динамічному ринковому середовищі.

Узагальнюючи, можна зробити висновок, що стратегічне управління, яке ґрунтується на поєднанні бізнес-аналізу, фінансових стратегій та управління взаємовідносинами з клієнтами, забезпечує підприємству не лише гнучкість, а й стійкість до змінних умов бізнес-середовища. Такий підхід дозволяє ефективно керувати ресурсами, мінімізувати ризики та адаптуватися до вимог сучасного ринку, що є ключовими факторами для досягнення довготривалих цілей розвитку та успіху компанії.

Список використаних джерел:

1. McKinsey & Company. Achieving business impact with data. Retrieved from [<https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/achieving-business-impact-with-data>] (date of access: 06.11.2024)
2. National Bureau of Economic Research (NBER). The Impact of Financial Strategies on Business Resilience in Crisis Periods. (date of access: 06.11.2024)
3. Gartner. Increasing Customer Loyalty and Sales Growth Through CRM Systems. Retrieved from Gartner Reports. (date of access: 06.11.2024)
4. Harvard Business Review. The Synergistic Effect of Integrating Business Analysis, Financial Strategies, and CRM on Business Performance. Retrieved from [<https://hbsp.harvard.edu/product/BEP513-PDF-ENG>] (date of access: 06.11.2024)