

УДК 658.89:687

Скороходов І. М., здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти, Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ПЕРЕДАЧА ЦІННОСТІ-У-ВИКОРИСТАННІ ЯК МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ КЛІЄНТСЬКИМ ДОСВІДОМ У В2В-ЛАНЦЮГУ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Управління клієнтським досвідом у В2В-контексті розглядається переважно в межах двосторонньої діади «постачальник – клієнт». Zolkiewski et al. зазначили, що систематичні огляди літератури з клієнтського досвіду до 2017 року не охоплювали В2В-специфіку [1]. Wirtz et al. систематизували три типи В2В-ціннісних пропозицій (полегшуючі, уможлиблюючі, збагачуючі) та чотири архетипи стратегій управління клієнтським досвідом у межах двосторонньої аналітичної рамки [2]. Rejikumar та Asokan-Ajitha встановили зв'язок між досвідом бізнес-клієнта та якістю обслуговування кінцевого споживача в В2В2С-контексті, проте без моделювання механізму передачі [3]. Існуючі моделі не охоплюють каскадну передачу цінності-у-використанні через рівні ланцюга створення цінності, що обумовлює потребу в розбудові теоретичного апарату.

Метою дослідження є обґрунтування механізму передачі цінності-у-використанні (Value-in-Use Transmission, VUT), що пояснює каскадну трансформацію цінності між рівнями В2В-ланцюга легкої промисловості, та отримання перших емпіричних свідчень на основі вимірювання абсорбційної здатності учасників навчальної програми Центру швейних технологій (ЦШТ).

Теоретичним фундаментом слугують три конструкти: 1) сервісно-домінантна логіка, зокрема аксіоми FP6 (клієнт є співтворцем цінності), FP9 (усі учасники обміну є інтеграторами ресурсів) та FP10 (цінність визначається феноменологічно бенефіціаром) [4]; 2) абсорбційна здатність, визначена як спроможність підприємства розпізнати, засвоїти та застосувати нове зовнішнє знання [5]; 3) типологія В2В-управління клієнтським досвідом [2], яка залишається в межах однієї діади.

Механізм передачі цінності-у-використанні побудовано на основі аксіом сервісно-домінантної логіки. Цінність-у-використанні, визначена бенефіціаром на одному рівні ланцюга, перетворюється на оперантний ресурс для наступного рівня за модерації абсорбційної здатності організації-реципієнта. Аналіз механізму за п'ятьма елементами (каскадна трансформація, послідовна інтеграція ресурсів, абсорбційна здатність як модератор, перетин

міжорганізаційних меж, формалізація) на чотирьох суміжних моделях [1; 2; 3; 6] засвідчив: жодна з них не охоплює більше двох елементів одночасно. У контексті легкої промисловості визначено три функціональні рівні ланцюга: верхній (постачальник обладнання та знань), середній (фабрика, технолог), нижній (бренд, кінцевий споживач).

Емпіричну перевірку здійснено на матеріалі навчальної програми «Школа технологів» ЦШТ (потік 7, 13–16 квітня 2026 р.). Softorg як постачальник обладнання (верхній рівень) передає цінність-у-використанні технологам швейних фабрик (середній рівень) через навчання. Вибірку склали 14 учасників, переважно технологів та конструкторів підприємств із чисельністю 11–50 осіб; 64% не проходили подібного навчання раніше. Зміну абсорбційної здатності вимірювано за шістьма компетентностями (шкала Лікерта 1–5) до і після курсу.

Встановлено зростання середньої самооцінки компетентностей з 2,94 до 4,10 бала (+1,16 бала, +40%). Найбільшу дельту отримано у розрахунку собівартості (+1,53 бала, +60%) та оптимізації виробничих потоків (+1,35 бала, +49%), що збігається з найпоширенішою проблемою учасників до курсу (9 з 14 осіб). Оцінка курсу: якість викладання 5,00/5, практична цінність 4,85/5, індекс лояльності 9,77/10. Відкриті відповіді засвідчили конкретні наміри інтеграції знань у виробництво (перерахунок собівартості, реорганізація потоку, впровадження поденного контролю), що інтерпретується як первинна ознака трансформації цінності-у-використанні в оперантний ресурс. Відповіді на запитання про теми, яких бракувало, виявили запит на поглиблення (засоби малої механізації, програми організації робочого місця), що свідчить про активізацію абсорбційної здатності.

Обмеження дослідження: самооцінка компетентностей (не об'єктивний тест), непарне порівняння (повні дані до курсу від 11 осіб, після – від 13), одна когорта, вплив на виробничий аутпут не вимірювався. Подальше дослідження передбачає лонгітюдну перевірку робочих пропозицій із залученням відстроченої анкети, анкети менеджера підприємства та глибинного інтерв'ю.

Механізм передачі цінності-у-використанні інтегрує чотири раніше розділених літературних потоки (сервісні теорії цінності, вимірювання B2B-цінності-у-використанні, управління багаторівневими ланцюгами постачання, теорію абсорбційної здатності) та пропонує першу формалізовану модель каскаду цінності-у-використанні у B2B-ланцюгу легкої промисловості. Дані ЦШТ підтвердили зростання самооцінки компетентностей на 40%. Найбільше зростання спостерігається у компетентностях з найнижчим вхідним рівнем. Механізм реалізує людиноцентричний принцип Індустрії 5.0 [7] у межах виробничого ланцюга.

Література

1. Zolkiewski J., Story V., Burton J., Chan P., Gomes A., Hunter-Jones P., O'Malley L., Peters L. D., Raddats C., Robinson W. Strategic B2B customer experience management: the importance of outcomes-based measures. *Journal of Services Marketing*. 2017. Vol. 31, No. 2. P. 172–184. DOI: 10.1108/JSM-10-2016-0350.
2. Wirtz J., Kowalkowski C., Jaakkola E., Holmlund M., Ulaga W., Ahmed T. Customer experience management in B2B markets: CXM value propositions and archetypical CXM strategies. *Journal of Business Research*. 2025. Vol. 189. Article 115165. DOI: 10.1016/j.jbusres.2024.115165.
3. Rejikumar G., Asokan-Ajitha A. Business customer experience in B2B2C service settings: a scale development. *Journal of Business & Industrial Marketing*. 2023. Vol. 38, No. 4. P. 886–904. DOI: 10.1108/JBIM-07-2021-0342.
4. Vargo S. L., Lusch R. F. Institutions and axioms: an extension and update of service-dominant logic. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 2016. Vol. 44, No. 1. P. 5–23. DOI: 10.1007/s11747-015-0456-3.
5. Cohen W. M., Levinthal D. A. Absorptive capacity: a new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*. 1990. Vol. 35, No. 1. P. 128–152. DOI: 10.2307/2393553.
6. Wilhelm M., Villena V. H. Cascading sustainability in multi-tier supply chains: when do Chinese suppliers adopt sustainable procurement? *Production and Operations Management*. 2021. Vol. 30, No. 11. P. 4198–4218. DOI: 10.1111/poms.13516.
7. Breque M., De Nul L., Petridis A. Industry 5.0: towards a sustainable, human-centric and resilient European industry. Brussels : European Commission, 2021. 48 p. DOI: 10.2777/308407.