

виживають ті, хто найкращим чином використовує наявні ресурси для максимізації прибутку та вирішення основних завдань господарської діяльності.

ЗАСТОСУВАННЯ ПРОЄКТНОГО ПІДХОДУ ДО ПІДВИЩЕННЯ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНOSTІ ОРГАНІЗАЦІЇ

*Безрученко М., здобувач вищої освіти,
slavkudr@ukr.net*

*Науковий керівник: Кудрявцев В.М., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній
університет*

Метою клієнтоорієнтованості є створення більш високої, ніж у конкурентів цінності для клієнтів, яка дозволить залучити нових клієнтів, утримати наявних клієнтів та збільшити прибуток із клієнта.

Багато дослідників підкреслюють позитивний вплив клієнтоорієнтованості на результати діяльності компанії:

- 1) підвищення клієнтоорієнтованості збільшує задоволеність клієнтів та сприяє продовженню взаємовідносин з компанією;
- 2) підвищення клієнтоорієнтованості стимулює зростання наступних показників: віддача від інвестицій, прибуток, обсяг продажу, частка ринку;
- 3) підвищення клієнтоорієнтованості сприяє розвитку інноваційної діяльності підприємств, запуску нових товарів.

Тема підвищення клієнтської орієнтації залишається дуже актуальною на сьогоднішній день. І надання якісних послуг – основна мета організації, щоб клієнти пішли вам назустріч.

А це означає, що потрібно розширювати та зміцнювати методи підвищення клієнтоорієнтованості, що застосовуються у тій чи іншій організації. У цій ситуації застосування проєктного підходу може стати найефективнішим інструментом підвищення клієнтоорієнтованості компанії.

Застосування цього підходу допомагає у виробленні правильного управлінського рішення. Грамотне використання інструментарію проєктного менеджменту дозволяє сформулювати комплексну методологію реалізації проєктного підходу, поступово реалізовувати конкретні шляхи та засоби, за допомогою яких він може бути вирішений. Базовою одиницею, де будується проєктний підхід, є поняття проєкту.

Воно укладає уявлення про предмет управління проектами, посідає у категоріальному апараті управління проектами центральне місце.

Незважаючи на досить тривалий термін існування управління проектами як самостійна галузь знання, управлінське трактування поняття проєкту продовжує відчувати на собі вплив тенденцій, що відбуваються в розвитку теорії та практики управління проектами.

Проєктний підхід є методом використання процесного підходу для аналізу та управління унікальними процесами – проєктами. Проєктний підхід успадковує всі принципи та властивості системного та процесного підходів. Проєкт є унікальним процесом, що складається з сукупності скоординованої та керованої діяльності з початковою та кінцевою датами, вжитий для досягнення мети, що відповідає конкретним вимогам, що включає обмеження термінів, вартості та ресурсів. Особливість проєктного підходу у підвищенні клієнтоорієнтованості компанії полягає у наявності двох ключових складових:

1. Заходи, створені задля підвищення клієнтоорієнтованості персоналу.

2. Маркетингові заходи, створені задля підвищення лояльності клієнтів.

Обов'язкова наявність цих двох пов'язаних між собою у проєкті аспектів дозволить досягти найбільшої його ефективності.

Клієнтоорієнтованість можна розглядати з двох сторін: як компанія оцінює рівень своєї орієнтації на клієнта та як цей показник оцінюють самі клієнти.

Тому на етапах розробки, а також реалізації проєкту необхідний постійний аналіз показників клієнтоорієнтованості компанії та запит зворотного зв'язку від клієнтів щодо їх задоволеності діяльністю компанії щодо них.

Насамперед співробітники організації мають робити так, щоб клієнти до них поверталися знову, тобто стали незмінними. Для цього необхідно робити все можливе, щоб задовольнити потреби, бажання, очікування клієнтів.

В даному випадку необхідний постійний аналіз клієнтів компанії, їх переваг, очікувань для того, щоб згодом була можливість їх передбачити.

По-друге, повинна діяти система контролю над відгуками, скаргами клієнтів і «служба зворотного зв'язку», куди клієнт зможе

зателефонувати і отримати відповідь на питання, що хвилюють його, з приводу тієї чи іншої продукції компанії.

По-третє, персонал організації може бути чемний стосовно своїх клієнтів, як і конфліктної ситуації, і у повсякденному житті. Щоб справити ними приємне враження і зробити те щоб клієнт захотів прийти до них знову.

По-четверте, співробітники мають бути грамотними фахівцями, щоб могли обслуговувати клієнтів на найвищому рівні.

Таким чином, клієнтоорієнтованість необхідно розглядати як складне поняття: з одного боку визначення характеризується як зусилля компанії із залучення та утримання клієнтів, а з іншого, як ці самі зусилля оцінюють самі клієнти і наскільки комфортно компанія задовольняє запити споживачів. У зв'язку з цим необхідний постійний запит зворотного зв'язку від клієнтів компанії та аналіз споживчої думки з подальшим коригуванням дій щодо підвищення клієнтоорієнтованості.

Існують різні форми прояву клієнтоорієнтованості, що ґрунтуються на комунікаціях співробітників та клієнтів компанії.

Процес підвищення клієнтоорієнтованості у розвитку компанії має низку переваг, проте найбільш ефективним цей процес стає в тому випадку, якщо він перетворюється на проєктний підхід.

Основними перевагами проєктного підходу порівняно з епізодичними заходами щодо підвищення клієнтоорієнтованості компанії є:

1. Підвищення відповідальності учасників процесу за результати діяльності. У проєктному підході кожному учаснику встановлюються конкретні завдання, відповідальність за виконання яких визначається чітко. Це сприяє підвищенню мотивації та відповідальності кожного працівника.

2. Систематичний аналіз ситуації. Проєктний підхід передбачає постійний моніторинг та аналіз результатів впровадження заходів, що сприяє вчасній корекції стратегій та тактик впливу на клієнтів.

3. Контроль бюджету та часу, витрачених на проведення заходів. Проєктна методологія дозволяє керувати фінансовими та часовими ресурсами більш ефективно, оскільки вона передбачає планування, розподіл та контроль витрат та тривалості проєкту.

4. Накопичувальний ефект від проведення систематичних заходів. Використання проєктного підходу дозволяє накопичувати досвід та знання в процесі реалізації різних проєктів з підвищення

клієнтоорієнтованості, що сприяє поступовому підвищенню ефективності цих заходів та розвитку компетенцій персоналу.

ПЕРСПЕКТИВИ ТА НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ

*Білозьорова Д.С., здобувач вищої освіти,
Daria.Bilozorova@hneu.net*

*Науковий керівник: Бутенко Д.С., к.е.н., доцент
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця*

Оптова торгівля є одним з найважливіших видів ринків збуту адже створює зв'язок між виробництвом і обігом товарів, завдяки чому враховуються інтереси і потреби товаровиробників, що робить зазначену сферу економіки потужним комерційним посередником. [1] Також оптова торгівля допомагає в розширенні асортименту, моніторингу ринкових тенденцій, організації різних форм поставок посередникам тощо.

Саме тому метою розвитку оптової торгівлі є організація розвиненої структури каналів товароруку для підтримки необхідної інтенсивності товарних потоків, забезпечення економії та підвищення ефективності системи внутрішнього товарообігу.

В науковій літературі приділено достатньо уваги розумінню сутності поняття оптова торгівля, так, наприклад, М. С. Рахман та Д. В. Прус під оптовою торгівлею розуміють підгалузь торгівлі, яка здійснює товарообмін між виробниками та споживачами або роздрібною торгівлю [2].

В структуру оптової торгівлі входять дві групи підприємств [1]: оптові структури національного (державного) і міжрегіонального масштабів (оптові підприємства першого рівня), оптові підприємства регіонального рівня (оптові підприємства другого рівня).

Оптова структура на державному рівні має бути гарантією стабільності споживчого ринку. З цією метою можуть бути створені великі торговельні компанії, торгово-фінансові промислові групи та окремі державні підприємства стратегічного значення. Їхній товар зобов'язан орієнтуватися на потреби країни, а саме поставку товарів з віддалених територій.

В основу оптової структури підприємств першого рівня входить капітал для розвитку товарів великих вітчизняних товаровиробників