

Міністерство освіти і науки України
Рівненський державний гуманітарний університет
Факультет документальних комунікацій, менеджменту,
технологій та фізики
Кафедра менеджменту

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
на тему: «Управління процесом обслуговування клієнтів
(на прикладі ТОВ «Сільпо-ФУД)»

Виконала: здобувач вищої освіти
4 курсу спеціальності 073 «Менеджмент»
Буток Вікторія Сергіївна
Керівник: к.е.н., доцент Хижнякова Н.О.
Рецензент: к.т.н., доцент Машта Н.О.

Рівне – 2023 рік

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ	8
1.1.Обслуговування клієнтів як об'єкт управління.....	
8 1.2.Основні принципи управління обслуговуванням клієнтів.....	15
1.3.Фактори, що впливають на якість обслуговування клієнтів.....	23
РОЗДІЛ ІІ. АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ У ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» ТА ШЛЯХИ ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ	32
2.1.Загальна характеристика управління ТОВ «Сільпо-ФУД».....	32
2.2.Аналіз ефективності управління ТОВ «Сільпо-ФУД».....	38
2.3.Характеристика торгової мережі та послуг з роздрібною торгівлі ТОВ «Сільпо-ФУД».....	46
2.4.Аналіз управління процесом обслуговування клієнтів у ТОВ «Сільпо-ФУД» за основними функціями.....	52
2.4.1.Планування та організація обслуговування клієнтів.....	52
2.4.2. Мотивація працівників до підвищення якості обслуговування.....	62
2.4.3.Мотивація клієнтів до здійснення покупок.....	66
2.4.4.Моніторинг та контроль процесу обслуговування.....	70
2.5.Шляхи удосконалення управління процесом обслуговування клієнтів у ТОВ «Сільпо-ФУД».....	72
ВИСНОВКИ	75
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	79
ДОДАТКИ	83

ВСТУП

Актуальність теми. Управління процесом обслуговування клієнтів є надзвичайно важливим для будь-якої компанії, через що виникають проблеми, що пов'язані з успіхом і прибутковістю. Задоволеність клієнтів є ключовим фактором для забезпечення лояльності та повторних продажів, що у свою чергу частіше збільшує вхід до компанії та збільшує її залучення до ринку.

У сучасному світі де конкуренція на ринку є дуже великою, компанії повинні забезпечити якісне та ефективне обслуговування клієнтів, щоб зберегти свою конкурентоспроможність. Крім того, з поширенням соціальних медіа та інтернет-ресурсів, де клієнти можуть поділитися своїми відгуками про товари та послуги, важливість якісного обслуговування стає більшою, останні негативні відгуки можуть негативно вплинути на репутацію компанії.

Таким чином, процес управління процесом обслуговування клієнтів є актуальною та важливою темою для будь-якої компанії, яка прагне забезпечити високу якість своїх продуктів та послуг, збільшити свій продаж на ринку та зберегти якість конкурентоспроможності.

Постійний розвиток НТП стимулював використання підприємствами роздрібною торгівлі новітніх технологій обслуговування, що забезпечать лояльність клієнтів та покращить імідж. На даному етапі конкуренція у цій галузі є досить жорсткою, і вона зростає з кожним днем. Тому, щоб протистояти конкуренції, керівники повинні звертати увагу на якість обслуговування та впровадження сучасних технологій, які вирізнятимуть бізнес і будуть конкурентоспроможними.

В умовах конкуренції діяльність торгових фірм спрямована на задоволення потреб споживачів. Враховуючи стрімко зростаючі вимоги споживачів, торговельні підприємства повинні організовувати відповідні служби для забезпечення відповідної якості торговельних послуг.

Природа послуг, як продукту, так і економічної діяльності, впливає з товарної природи матеріального виробництва, обміну та споживання матеріальних благ. Послуги повинні доповнювати асортимент товарів, що

виробляються і широко (масово) використовуються, спрощуючи і підвищуючи якість споживання товарів у фізичній формі.

Одним із завдань торгівлі є не тільки доставка товару до споживача, але й активне сприяння формуванню споживчого запиту. Якість торговельного обслуговування є ключовим фактором, який впливає на ефективність торговельної діяльності будь-якого підприємства та його чистих прибутків. Тому, необхідність дослідження управління якістю торговельного обслуговування не може бути запереченою. Торговельні послуги впливають на задоволення потреб споживачів, сприяють стимулюванню продажу товарів, збільшення основних економічних показників господарської діяльності та є основним інструментом.

Таким чином, обрана тема кваліфікаційної роботи відповідає умовам сучасного управління процесом обслуговування клієнтів і є актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В процесі дослідження були використані праці: Б. А. Анікін [4], П. Ю. Балабана [5], Ю. Ф. Волков [10], Н. В. Гайдабрус [11], О. В. Горбенко [13], О. І. Гриценко [14], Є. С. Даниленко [15], Л. Б. Миротін [21], М. А. Окландер [23], Д. М. Рославцев [26], С. М. Сукачова [30], Г. Й. Теплицька [31], В. В. Токарчук [32], В. К. Федорченко [37], Є. В. Черноусов [39], Н. Чухрай [40], J. Sadowski [44], M. Stoma [46].

Мета дослідження полягає у здійсненні аналізу управління процесом обслуговування клієнтів ТОВ «Сільпо-Фуд» та у встановленні можливостей його удосконалення.

Відповідно до мети нами було поставлено і виконано такі **завдання**:

- охарактеризувати обслуговування клієнтів як об'єкт управління;
- розглянути основні принципи управління обслуговуванням клієнтів;
- проаналізувати фактори, що впливають на якість обслуговування клієнтів;
- охарактеризувати управління ТОВ «Сільпо-Фуд» в цілому;
- проаналізувати ефективність управління ТОВ «Сільпо-Фуд»;

- охарактеризувати торгову мережу та послуги з роздрібною торгівлі ТОВ «Сільпо-ФУД»;
- проаналізувати управління процесом обслуговування клієнтів ТОВ «Сільпо-ФУД» за основними функціями: планування, організації, мотивації, моніторингу та контролю;
- запропонувати шляхи удосконалення управління процесом обслуговування клієнтів ТОВ «Сільпо-ФУД».

Об’єктом дослідження є управління процесом обслуговування клієнтів ТОВ «Сільпо-ФУД», яке займається роздрібною торгівлею продовольчими та іншими товарами через мережу супермаркетів.

Предметом дослідження є управління процесом обслуговування клієнтів та можливості його удосконалення.

Практична значимість дослідження полягає у покращенні якості обслуговування, забезпеченні задоволення та лояльності клієнтів, оптимізації процесів, а також збереженні конкурентних переваг на ринку.

У процесі підготовки даної кваліфікаційної роботи використано сукупність загальнонаукових **методів**: метод аналізу, включаючи метод порівняння, логічний метод, а також міждисциплінарний підхід із залученням інформації менеджменту, маркетингу, економіки, фінансів та інших дисциплін.

Джерелами інформації для здійснення даного дослідження були підручники, навчальні посібники, монографії, наукові статті, присвячені розкриттю теми дослідження, а також звіти про управління ТОВ «Сільпо-ФУД» та фінансова звітність ТОВ «Сільпо-ФУД», розміщені на його офіційному веб-сайті.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.