

Клієнтоорієнтованість в управлінні конкурентоспроможністю підприємства слід окреслити такими ознаками, як [1, с. 61]:

- співпраця, заснована на відносинах, а не на продукті;
- спрямування розвитку конкурентного потенціалу підприємства на максимізацію тих складників, які в майбутньому забезпечать підвищення задоволення споживачів продукцією підприємства, збільшення лояльності до нього і, як наслідок, до отримання довгострокових конкурентних переваг;
- споживачі сприймають підприємство як носія певної ідеї (бренду), що має для них особливу цінність;
- орієнтація на збільшення частки ринку, залучення нових та утримання існуючих клієнтів на споживчому цільовому ринку;
- основою для збереження й розвитку взаємовідносин між підприємством та його клієнтами виступає сервісне обслуговування;
- максимізація потенційних можливостей щодо якості товару, його вартості, доставці, що забезпечується показниками гнучкості виробництва, інноваційності та відтворюваності;
- індивідуальна взаємодія підприємства з клієнтами та управління відносинами з клієнтами на основі інтерактивної технології для збільшення клієнтської бази підприємства;
- широке застосування інформаційних технологій, які на основі розроблених процесів і знання потреб кожного окремого клієнта дають змогу формувати унікальні пропозиції або ж імітувати цю унікальність.

Забезпечення клієнтоорієнтованості в управлінні конкурентоспроможністю підприємств вимагає перегляду всіх основних аспектів комунікаційної та організаційної діяльності. Іншими словами, клієнтоорієнтованим слід вважати таке підприємство, чиї завдання, структура та основні процеси розроблені задля оптимізації його взаємодії з клієнтами, тобто визначенні під час урахування впливу зовнішнього середовища, з одного боку, і можливостей підприємства – з іншого [1, с. 61].

Таким чином, повністю розділяємо позицію, що «в сучасному бізнес-середовищі клієнтоорієнтований підхід став ключем до довгострокового успіху підприємств» [2, с. 313].

#### **Література:**

1. Халімон Т. М. Концептуальні засади управління конкурентоспроможністю підприємств. *Інтелект XXI*. 2017. № 3. С. 57-63.
2. Продан І. О., Різник Ю. І. Клієнтоорієнтований підхід як передумова конкурентоспроможності підприємства. *Бізнес-інформ*. 2017. № 1. С. 308-313.

### **ПЛАТІЖНІ ТЕРМІНАЛИ САМООБСЛУГОВУВАННЯ: СВІТОВІ ТЕХНОЛОГІЇ З ПРОМИСЛОВОЮ СПЕЦИФІКОЮ**

*Щербанюк В.Л., Ананенко А.С.  
Науковий керівник: Приходько Д.О., к.е.н., доцент  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Світовим трендом останніх років є платіжні термінали самообслуговування, що працюють в автономному режимі протягом тривалого часу. Дані термінали можуть працювати при будь-яких температурних коливаннях у режимі 24/7, що значно підвищує лояльність і забезпечує додаткові послуги клієнтам закладам, які їх використовують.

Загалом існують інформаційні сенсорні термінали або інфотермінали, які надають довідкову інформацію, які функціонують автономно [1]. Залежно від місця розташування існують такі типи терміналів: термінали, які знаходяться в приміщеннях (підлогові, настінні, навісні); вуличні, які вбудовуються в стінку або встановлюються у вигляді стійки. Відрізнитися термінали можуть за видом корпусу, який може бути, антивандальним або/чи вологостійким.

Поступово у платіжних терміналів самообслуговування з'являються нові функції, спрощується інтерфейс, що робить їх використання більш зручним. Такі термінали охоплюють практично всі сфери комерційних підприємств і державних установ: інформаційні технології; транспорт і навігація; освітні установи; торгівля; медицина; банківська система.

Платіжні термінали дуже зручні, адже за їх допомогою можливе проведення практично будь-яких платежів, оплата послуг, купівля товарів (оплата послуг різних Інтернет-провайдерів, оплата мобільного зв'язку, комунальних послуг, Інтернет-покупок, а також податків та штрафів, ін.) [2].

Яскравим прикладом, який сприяв прискоренню процесу обслуговування клієнтів закладу харчування, є впровадження платіжних терміналів на території України у мережі ресторанів McDonald's. Це сенсорні термінали самообслуговування, що приймають платежі як готівкою, так і з пластикових карт, і за допомогою яких можна замовити їжу в ресторані [3].

З огляду на те, що розвиток мережі платіжних терміналів самообслуговування все ще залишається досить актуальною темою, перспективним є реалізація впровадження таких терміналів серед сфери дозвілєвих послуг. Тому, у межах вивчення навчальної дисципліни «Інноваційне підприємництво та управління стартап проектами» було генеровано ідею стартап проекту, що полягає у розробці та встановленні терміналів самообслуговування у мережах кінотеатрів. За допомогою даних пристроїв клієнти кінотеатру матимуть змогу самостійно та зручно придбати квиток у кіно та купити супутні товари. Також у клієнтів з'являться такі додаткові можливості: перегляд рейтингу фільмів та оцінювання переглянутого фільму; перегляд відгуків попередніх відвідувачів щодо фільму, який вони вже подивилися, та самому залишити свою рецензію; замовити попкорн та напої, що зробить перегляд фільму ще більш приємнішим.

Перевагами запровадження таких терміналів у кінотеатрах для відвідувачів є те, що їм не потрібно буде стояти у чергах аби придбати квиток та їжу, вони зможуть зробити це все «в один клік», завдяки легкому та швидкому інтерфейсу пристрою, до того ж існує можливість обрати бажаний спосіб оплати: готівковий чи безготівковий.

Щодо переваг цих терміналів для самого кінотеатру, то це: раціональне використання площі кінотеатру (за рахунок невеликих розмірів терміналів); економія витрат на заробітну плату працівникам (так як зменшується штат самих працівників-касірів); отримання зворотнього зв'язку від клієнтів (за допомогою можливості клієнтів доповісти про неполадки обладнання у самому терміналі).

Вищезгадані термінали в першу чергу зацікавлять молоде покоління відвідувачів, адже їм завжди цікаві нові пристрої та гаджети. Простий, зручний та яскравий інтерфейс не залишить також байдужими і більш дорослих людей. Таким чином, запроваджуючи такі термінали самообслуговування у кінотеатрах, ми популяризуємо нові технології та робимо людей більш прогресивнішими у цьому напрямку.

Нові інформаційні комунікаційні технології ведуть до зародження нового світу, де практично відсутні бар'єри на створення, обмін і поширення знань. Популяризація та впровадження платіжних терміналів самообслуговування на ринку дозвільних послуг України, а саме у мережі кінотеатрів, в першу чергу, допоможе збільшити клієнтських потік та прискорить їх обслуговування у кінотеатрах, а також це зробить Україну на крок ближче до інноваційно-технологічно розвинутих країн. Також такі платіжні термінали самообслуговування забезпечують можливість надання додаткових послуг, адже вони є різноманітні за конструкцією, комплектацією, місцем розташування, що також сприяє підвищенню лояльності клієнтів.

### **Література:**

1. Попель С. А. Інформаційні термінали як елемент інформаційної взаємодії митниць та громадян. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*. 2017. № 31. С. 81–83.
2. Андрощук О. В., Кондратенко Ю. В., Головченко О. В., Ворона Т. О., Петрушен М. В. Інформаційні технології та їх вплив на розвиток суспільства. *Збірник наукових праць Центру воєнно-стратегічних досліджень*. 2014. № 1. С. 42–47.
3. Гаріпов Г. В. Аналіз та оцінка ринку платіжних терміналів. *Інновації*. 2010. № 12. С. 66–70.