

національних соціальних проектах, створення та просування власних соціальних проектів; надання безкоштовних дистанційних консультацій зацікавленим сторонам; благодійні заходи. Соціальні інновації сприятимуть формуванню позитивного іміджу ЗВО, покращенню його позиції на ринку освітніх послуг, посиленню конкурентних переваг.

У сукупності формування та реалізація маркетингової політики в ЗВО дозволить сформувати унікальний, відмінний від існуючих набір маркетингових інструментів, що сприятиме забезпеченню довгострокових можливостей його розвитку за рахунок посилення нецінових чинників конкурентоспроможності.

Література

1. Маркетингова політика закладу вищої освіти: колективна монографія / за заг. ред. Н. Л. Савицької. – Х.: ХДУХТ, 2018. – 163 с.
2. Кочубей Л. Особливості сучасних інформаційно-комунікативних технологій в Україні // Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса НАН України, роц. 3, 2017, - С. 44-70.
3. Грищенко І. М., Крахмальова Н. А. Інструменти та форми маркетингової комунікації на ринку освітніх послуг // Ефективність організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку вищої освіти України. К.: Вісник КНУТД. Тем. роц. №4, 2012. – С. 298-307.

Кирилко Н. М.

старший викладач кафедри менеджменту
Київський національний університет технологій та дизайну
м. Київ, Україна

ОСОБЛИВОСТІ КОНТРОЛІНГУ ПРИ УПРАВЛІННІ ВІДДІЛОМ ПІДТРИМКИ КЛІЄНТІВ КОНТАКТ-ЦЕНТРУ

Функція контролю є однією з найважливіших на підприємстві чи в організації будь-якої форми власності. Переважна більшість підприємств підтримує зв'язок зі своїми споживачами. Недостатня поінформованість щодо пріоритетності функції контролю контакту з клієнтами підприємства, та не професійно підібрані стандарти формують негативний погляд споживачів.

Зокрема, теоретичні та методичні основи питань контролю в організації розглянуті в наукових працях, а саме: Н.І. Астахової, Б.С. Сивиринова, В.В. Вольського, О.В. Веселової, Н.К. Золкіної, А.А. Горевої-Куртишевої. Вони описують процес управління відділом підтримки клієнтів, незалежне дослідження університету управління в області контакт-центрів та дослідження однієї з найбільших транснаціональних компаній Teleperformance, що спеціалізується на обслуговуванні клієнтів.

Метою даної роботи є узагальнення поняття контролю в організації, виокремлення методів та їх значення на прикладі аналізу структури роботи контакт-центру.

Контроль є одним з обов'язкових етапів процесу управління контакт-центру. Функція контролю, перш за все спрямована на підвищення керованості контакт-центром і являє собою заключну стадію процесу його управління. Керованість являє собою співвідношення поставлених завдань до виконаних. Якщо всі поставлені завдання виконані точно і в строк, то керованість дорівнює 100%. процес такий показник майже ніколи не трапляється в реальності, про існують способи наблизитися до цього значення. І те, наскільки організована система контролю в контакт-центрі, безпосередньо впливає на дисципліну і підвищення частки виконаних доручень, а також в цілому на досягнення поставлених цілей.

У структурі управлінського процесу контакт-центру виокремлено п'ять основних функцій керівної діяльності:

- стратегічна (планування);
- адміністраторська (організаційна);
- комунікативно-регулююча;
- мотиваційна;
- контролю.

Слід зазначити, що обов'язково необхідно приділяти увагу контролю над спілкуванням операторів з клієнтами, тому що за результатами досліджень тільки 27% опитуваних вважає, що робота контакт-центру не впливає на думку про підприємство. Інші переконані – якість роботи оператора має силу кардинально змінити думку про підприємство.

Процес контролю, як управлінської функції складається з декількох етапів:

- установка стандартів,
- оцінка досягнутих результатів,
- проведення коригувань у тому випадку, якщо досягнуті результати істотно відрізняються від встановлених [4, с. 272-275].

Варто зауважити, що Б.С. Сивиринов вказує наступні види контролю за часовим проміжком: попередній, поточний, підсумковий, контроль за випадковою вибіркою.

Таким чином, сутність контролю полягає в проведенні його на кожному етапі роботи контакт-центру – початку роботи оператора, поточному контролі дзвінка, підсумковому контролі (прослуховування та оцінка дотримання оператором критеріїв розмови). Нижче представлено найбільш розповсюджені, ефективні інструменти контролю та специфіку їх використання (табл. 1).

Отже, такі інструменти сприяють ефективній та якісній роботі відділу підтримки клієнтів. Дуже важливо при проведенні контролю дотримуватись «золотої середини». При недостатньому контролі, оператори можуть не виконувати поставлених задач – лінуватися та бути неуважними до клієнта, не дотримуватись критеріїв розмови, але тоді, коли контроль буде надмірним, оператори теж не будуть проявляти ініціативу та зацікавленість при здійсненні

дзвінків. Одним з найважливіших показників успішної роботи контакт центру є вирішення питання клієнта при першому дзвінку – прояв найкращих комунікативних здібностей.

Таблиця 1

Інструменти контролю

Інструмент контролю	Ситуація використання	Переваги	Недоліки
1	2	3	4
Безпосереднє спостереження за роботою виконавця	Використовується як поточний контроль, перевірка правильності дотримання процесу, технології. Спостереження - це профілактичний захід, який не дозволяє виконавцям відходити від норм роботи. Краще використовувати час від часу, не заплановано, щоб підлеглий спеціально не готувався.	Відразу можна визначити, наскільки підлеглий витримує встановлену технологію, наприклад, дотримується стандартів якісного обслуговування клієнтів. Спостереження, здійснюване час від часу тримає співробітників в тонусі. Якщо співробітники знають, що керівник може в будь-який момент поспостерігати за їхньою працею, у них пропадає бажання лінуватися і «байдикувати».	Носить локальний характер і не дозволяє оцінити чи будуть досягнуті необхідні результати. Якщо у керівника за підсумками спостереження виникають певні негативні оцінки, то потрібно перевірити свої висновки, використовуючи інші методи аналізу. Крім того, спостереження може використовуватися значно рідше інших методів, тому що займає багато часу.
Аналіз письмового звіту виконавця	Використовується як інструмент поточного контролю за певний період часу (день, тиждень, місяць, квартал, рік)	Дозволяє оцінити результати роботи (проміжні або остаточні). Необхідність письмово відзвітувати про виконану роботу дисциплінує виконавців, змушує їх регулярно звірятися з планами і перевіряти, чи всі заплановані завдання виконано.	Для ефективного застосування звітів необхідно встановити загальний план звіту для всіх співробітників. Якщо звіт буде мати не числові показники, а текстовий характер, існує велика вірогідність його оцінки не за показниками, а за художнім оформленням. Звіт складається виконавцем і може носити деякий відтінок суб'єктивізму
Бесіда, усний індивідуальний контроль	Може використовуватися на всіх етапах контролю від попереднього до підсумкового, найбільш універсальний спосіб контролю	Дозволяє швидко скоригувати роботу виконавця, якщо виявлені які-небудь відхилення, дуже оперативний вид контролю, дозволяє уникнути необоротних наслідків	Не завжди досить серйозно сприймається виконавцями, вони можуть забути зауваження керівника. Для усунення цього недоліку бесіди краще не проводити на ходу, простежувати, щоб підлеглий записував завдання і зауваження.
Нарада, груповий контроль	Комплексний інструмент контролю Нарада найбільш ефективна, коли завдання виконує проектна група, в такому випадку нараду з цієї проектною групою дозволяє оцінити ступінь виконання роботи і відкоригувати дії в разі необхідності	Дозволяє швидко вирішувати спірні питання та при необхідності перерозподіляти завдання між співробітниками. Стимулює підлеглих покращувати рівень праці, так як необхідність звітувати в присутності колег підвищує відповідальність	В процесі виявлення негативних показників щодо попереднього виконання плану завдання не можна одразу озвучити їх співробітнику, так як на нараді присутні його колеги. Тому «критику» доводиться відкладати на інший час, а це часові витрати керівника.

Джерело: сформовано автором на основі [1-3; 5; 6]

Таким чином, аналіз функції контролю у сфері підтримки клієнтів показує, що при налагодженні системи контролю та його дотриманні під час звернень клієнта до контакт центру, можна отримати позитивне завершення контакту, що призведе до підвищення рівня лояльності і допоможе збільшити продаж послуг або товару.

Функція контролю допомагає виявити результати роботи відділу контакт центру, але слід пам'ятати про те, як поставлений контроль – демонструє якість роботи керівника. Дотримання контролю призведе до зменшення кількості помилок та конфліктних ситуацій, що збільшить рівень якості роботи контакт центру підприємства.

Література

1. Астахова Н.І., Москвітин Г.І., Менеджмент, вид-во Юрайт, 2014.
2. Горева-Куртишева А.А., Економічна сутність діяльності call-центрів і специфіка їх роботи при вхідних і вихідних консультаваннях, 2015.
3. Дослідження CXLabGlobalResearch& Development, Teleperformance, 2014, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.teleperformance.com
4. Радугін А.А., Основи менеджменту. Учбова допомога, вид-во Центр, 2007, С. 266-277.
5. Редченко К.І., Контроль і аудит на стратегічному рівні управління підприємством : монографія, вид-во Львів. комерц. акад., 2011, С. 356.
6. Кирилко Н.М. Поведінка споживачів на ринку послуг / Н.М. Кирилко, В.А Бурківська // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні тренди поведінки споживачів і послуг» (15-16 грудня, 2017). – Рівне: РГДУ. – С. 162-165.

Тушевська Т. В.

асистент кафедри економіки, менеджменту та комерційної діяльності

Кирилова О. С.

здобувач вищої освіти

Центральноукраїнський національний технічний університет

м. Кропивницький, Україна

БЛОГ ЯК ІНОВАЦІЙНИЙ ЗАСІБ КООРДИНУВАННЯ АКТИВНОЇ ОСВІТИ

Розвиток науки і освіти є стратегічним національним пріоритетом України, як і підвищення якості життя населення та розвиток економіки, орієнтованої на використання інтелектуальної складової суспільного розвитку, а також забезпечення національної безпеки країни.

Нові інформаційні технології та Інтернет мають великі можливості, тому вимагають високого рівня інформаційної культури сучасного суспільства.