

середовищі. Такий підхід забезпечує гнучкість, прозорість та результативність соціальної політики підприємства.

У підсумку, соціальна відповідальність у будівельному бізнесі є не лише етичним зобов'язанням, а й економічно доцільною стратегією, що сприяє сталому розвитку, зміцненню репутації та підвищенню ефективності. Компанії, які інтегрують КСВ у свою бізнес-модель, отримують довгострокові переваги, зокрема у формуванні лояльності клієнтів, залученні інвестицій та забезпеченні конкурентоспроможності на глобальному ринку. Таким чином, соціальна відповідальність має розглядатися як невід'ємна складова стратегічного управління архітектурно-будівельним підприємством, що поєднує економічну ефективність із суспільною значущістю. У динамічному середовищі сучасного ринку саме відповідальність стає новим критерієм успіху.

Список використаних джерел

1. Соціальна відповідальність суспільних інститутів: інноваційний та соціально-гуманітарний аспект / [авт. кол.] ; за наук. ред. А.Я. Кузнецової, Л.К. Семів, З.Е. Скринник. Київ: ДВНЗ «Університет банківської справи», 2019. 287 с.

2. Колот А.М. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: [моногр.] за наук. ред. дра екон. наук, проф. А.М. Колота. К.: КНЕУ, 2012. 501 с.

3. Yashchenko O., Kubanov R., Prusov D., Makatora D. Ways of ensuring social responsibility of architectural and construction companies: economic benefits and further development vectors. Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки, 2024. Т. 336. № 6. С. 88-94.

Білоус О.Ю.

магістрантка

ВСП «Інститут інноваційної освіти КНУБА»

Кубанов Р.А.

к. пед. н., доц.

ВСП «Інститут інноваційної освіти КНУБА»

КЛІЄНТООРІЄНТОВАНІСТЬ ЯК СТРАТЕГІЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ АРХІТЕКТУРНО-БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

У сучасному архітектурно-будівельному секторі, який характеризується високою конкуренцією, складністю проектних рішень та зростаю-

чими очікуваннями клієнтів, клієнтоорієнтованість стає ключовим чинником ефективності підприємства. Традиційні моделі управління, що фокусуються виключно на технічних параметрах і вартості, вже не забезпечують стабільного розвитку. Натомість стратегія, орієнтована на глибоке розуміння потреб замовника, емоційну взаємодію та сервісну підтримку, дозволяє компаніям формувати довготривалі партнерські відносини, підвищувати рівень задоволеності та зміцнювати ринкові позиції.

Актуальність теми також зумовлена необхідністю інтеграції клієнтоцентричних практик у всі бізнес-процеси – від проектування до післяпродажного супроводу. Впровадження систем оцінки якості обслуговування, розвиток сервісної культури серед персоналу, використання цифрових інструментів для зворотного зв'язку та персоналізації комунікації – усе це сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємства. У результаті клієнтоорієнтованість перетворюється з маркетингової опції на стратегічну основу управління, що забезпечує сталий розвиток і конкурентну перевагу в динамічному середовищі будівельного ринку.

Клієнтоорієнтована стратегія передбачає системний підхід до управління взаємодією з клієнтами. Вона включає глибоке розуміння мотивацій, очікувань і поведінкових моделей споживачів, що дозволяє формувати релевантні пропозиції та забезпечувати емоційно комфортну взаємодію. У будівельному бізнесі, де рішення часто приймаються на основі довіри, це має вирішальне значення (табл. 1).

Одним із ключових елементів клієнтоорієнтованої моделі є формування відповідної корпоративної культури. Це означає, що всі співробітники – від менеджера до технічного персоналу – мають розуміти важливість клієнта як партнера, а не просто замовника. Така культура базується на відкритості, відповідальності, сервісній етиці та готовності до діалогу [3].

Навчання персоналу є ще одним важливим компонентом. Успішна клієнтоорієнтованість неможлива без розвитку комунікативних навичок, емоційного інтелекту, здатності працювати із запереченнями та вирішувати конфлікти. Регулярні тренінги, кейс-аналізи, моделювання ситуацій дозволяють підвищити якість обслуговування та зменшити ризики втрати клієнтів.

Мотивація співробітників має бути спрямована не лише на фінансові показники, а й на якість взаємодії з клієнтами. Внутрішні KPI можуть включати рівень задоволеності клієнтів, кількість позитивних відгуків, ефективність вирішення проблем. Це стимулює персонал до розвитку сервісної компетентності та формує відповідальність за результат.

Для об'єктивної оцінки якості послуг доцільно застосовувати модель SERVQUAL, яка базується на п'яти критеріях:

- матеріальність – зовнішній вигляд об'єктів, обладнання, персоналу;

- надійність – здатність виконувати обіцянки точно та стабільно;
- оперативність – швидкість реагування на запити клієнта;
- гарантії – компетентність, ввічливість, безпека взаємодії;
- емпатія – індивідуальний підхід, увага до деталей, турбота [1].

Таблиця 1

Клієнтоорієнтованість як інструмент підвищення ефективності архітектурно-будівельного підприємства

<i>Категорія</i>	<i>Зміст / Характеристика</i>	<i>Очікуваний ефект / Результат</i>
Стратегічна орієнтація	Перехід від продуктоцентричної до клієнтоцентричної моделі управління	Підвищення конкурентоспроможності, адаптація до ринку
Розуміння потреб клієнтів	Аналіз очікувань, мотивацій, поведінкових моделей	Формування релевантних пропозицій, зростання задоволеності
Корпоративна культура	Впровадження цінностей сервісу, відкритості, відповідальності	Зміцнення репутації, підвищення довіри до бренду
Навчання та мотивація персоналу	Підвищення кваліфікації, розвиток сервісних навичок, стимулювання ініціативи	Покращення якості обслуговування, зниження рівня конфліктів
Інструменти оцінки сервісу	Модель SERVQUAL, індекс NPS, опитування задоволеності	Вимірювання ефективності, виявлення слабких місць
Етапи розвитку клієнтоорієнтованості	Від базового обслуговування до комплексної сервісної стратегії	Системне вдосконалення взаємодії, підвищення лояльності
Галузевий контекст	Особливості архітектурно-будівельного бізнесу: тривалість проєктів, складність рішень	Необхідність довіри, гнучкості, емоційної взаємодії
Бізнес-ефективність	Зростання прибутковості, повторні звернення, рекомендації	Стійкий розвиток підприємства, зміцнення ринкових позицій

Застосування SERVQUAL дозволяє не лише виявити слабкі місця у сервісній моделі, а й сформувавши план покращення взаємодії. Це особливо актуально для архітектурно-будівельних компаній, де якість обслуговування часто визначає успішність проєкту.

Клієнтоорієнтованість також сприяє формуванню позитивного іміджу компанії. Задоволений клієнт не лише повертається, а й рекомендує компанію іншим, що створює ефект «сарафанного радіо» – один із найефек-

тивніших каналів залучення нових замовників. У будівельному бізнесі, де репутація має вирішальне значення, це є стратегічною перевагою.

Збереження існуючих клієнтів є не менш важливим, ніж залучення нових. Клієнтоорієнтована компанія забезпечує післяпродажну підтримку, консультує з питань експлуатації об'єкта, реагує на запити навіть після завершення проєкту. Такий підхід формує довготривалі партнерські відносини та підвищує рівень лояльності.

Цифрові інструменти відіграють важливу роль у реалізації клієнтоорієнтованої стратегії. CRM-системи, онлайн-кабінети клієнта, чат-боти, мобільні додатки дозволяють автоматизувати комунікацію, збирати аналітику, персоналізувати пропозиції та забезпечувати оперативність реагування.

Інтеграція клієнтоцентричних практик у всі бізнес-процеси – від маркетингу до логістики – дозволяє досягти синергії між сервісом і ефективністю. Кожен етап взаємодії з клієнтом має бути продуманим, узгодженим і спрямованим на створення цінності для замовника. Успішна реалізація клієнтоорієнтованої стратегії сприяє формуванню конкурентних переваг. Компанія, яка вміє слухати, адаптуватися, реагувати та підтримувати, має значно вищі шанси на стабільне зростання, ніж та, що орієнтується лише на технічні параметри чи цінову політику. Крім того, клієнтоорієнтованість позитивно впливає на внутрішню атмосферу в компанії. Співробітники, які бачать результат своєї роботи у задоволенні клієнта, відчувають більшу мотивацію, залученість і професійну гордість. Це сприяє зниженню плинності кадрів та підвищенню загальної ефективності [2].

У підсумку, клієнтоорієнтованість у архітектурно-будівельному бізнесі – це не просто сервісна опція, а стратегічна модель управління, яка охоплює всі аспекти діяльності підприємства. Вона дозволяє не лише підвищити якість послуг, а й забезпечити сталий розвиток, зміцнити ринкові позиції та сформувати довготривалі партнерські зв'язки. У динамічному середовищі сучасного ринку саме клієнт стає головним джерелом цінності – і компанія, яка це усвідомлює, має всі шанси на успіх.

Список використаних джерел

1. Устьян О.Ю. Клієнтоорієнтований маркетинг підприємств сфери розваг і відпочинку : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Полтава, 2018. 302 с.
2. Халіна В., Васильєва Т. Клієнтоорієнтована стратегія розвитку підприємства: формування на засадах соціальної відповідальності у сфері надання послуг. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2020. № 1. С. 98–107.

3. Yashchenko O.F., Makatora D.A., Kubanov R.A., Zynych P.L. Customer Focus as a Tool for Improving Business Efficiency in the Architecture and Construction Industry. Проблеми економіки. 2024. № 3 (61). С. 212-2020.

Боднар І.С.

магістрант

ВСП «Інститут інноваційної освіти КНУБА»

РЕКОНСТРУКЦІЯ ДОРОЖНЬО-ТРАНСПОРТНОГО ВУЗЛА НА ПЕРЕТИНІ ВУЛИЦЬ ХМЕЛЬНИЦЬКЕ ШОСЕ ТА БАРСЬКЕ ШОСЕ В МІСТІ ВІННИЦЯ

Першочерговим етапом під час будівництва або реконструкції будь-якого дорожньо-транспортного вузла виступає систематизований збір необхідної інформації щодо інтенсивності та структури транспортних і пішоходних потоків. Якість цього етапу визначається ступенем відповідності отриманих даних реальним умовам функціонування вулично-дорожньої мережі та характеру поведінки учасників руху. Особливої уваги потребують перехрестя зі світлофорним регулюванням, де традиційно виникають труднощі з організацією лівоповоротних потоків. Це зумовлено тим, що вони перетинаються з прямими напрямками руху, що значно підвищує ризик утворення конфліктних точок і аварійно небезпечних ситуацій.

Для визначення доцільності реконструкції перехресть проводяться розрахунки пропускної спроможності на основі комплексних спостережень за фактичними потоками, а також прогнозів перспективної інтенсивності руху, що формуються відповідно до затвердженої комплексної транспортної схеми розвитку міста.

Організація руху в різних рівнях як ефективний метод реконструкції. Одним із найбільш дієвих способів підвищення ефективності функціонування ВДМ, поліпшення умов безпеки, а також зменшення негативного впливу транспорту на навколишнє середовище є організація руху в різних рівнях. Такий інженерно-планувальний підхід застосовується у випадках, коли можливості удосконалення руху в одному рівні вичерпані та не забезпечують необхідної пропускної здатності.

Основні переваги перетинів у різних рівнях:

Усунення конфліктних точок. Вертикальне розділення транспортних потоків мінімізує найбільш небезпечні місця перетину, істотно знижуючи аварійність.