

Для розробки програми лояльності споживачів салону краси «Varberry» нами проаналізовано основні етапи процесу продажу послуг, визначено цільові сегменти споживачів, для кожного з яких запропоновано низку заходів, щодо формування їх лояльності.

Для відвідувачів підприємств сфери послуг важливим чинником формування їх лояльності є якість обслуговування, що містить цілий ряд складових елементів. В салоні краси «Varberry» виявлено деякі незручності у замовленні послуг на сайті закладу та на інформаційних майданчиках і соціальних мережах Instagram і Facebook, де представлено заклад в мережі Інтернет. Крім того, від клієнтів є відгуки та запитання, а відповідей заклад не надає. Це негативно впливає на імідж закладу. Також у відвідувачів не запитують про задоволення від отриманих послуг, тобто немає зворотного зв'язку.

На основі проведеного аналізу нами запропоновано такі заходи для формування лояльності відвідувачів салону краси «Varberry»:

- систематичний моніторинг сайту, сторінок у соціальних мережах для оперативного реагування на відгуки;

- упровадження CRM, що дозволить створити інформаційну базу із повною інформацією про клієнтів та їх переваги, а також систему зворотного зв'язку з результатами опитувань щодо якості обслуговування;

- запровадження програм лояльності («Приведи друга», карти постійних клієнтів із накопичувальною системою бонусів, подарункові сертифікати до різних свят, карти «Мама з дочками», конкурси та розіграші різних видів послуг салону серед учасників груп і сторінок у соціальних мережах тощо).

Запропоновані заходи дозволять сформувати лояльне ставлення до підприємства та його послуг, а також отримувати позитивні відгуки і рекомендації, що позитивно впливатиме на результати діяльності.

ЗАХОДИ КРАЇН ДЛЯ ПОДОЛАННЯ СВІТОВОЇ КРИЗИ

Кобзєва К.О., гр. МЕВз-10м

Науковий керівник – канд. екон. наук, проф. **Т.В. Андросова**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Ключовим питанням сьогодення є оцінка наслідків виниклої кризи. Аналітики вже скоротили свої глобальні прогнози зростання світового ВВП на 2021 рік до 1–2%. Однак граничну глибину і тривалість кризи ще належить оцінити, оскільки багато що буде залежати від структурних змін в економіці в посткризовий період.

Так, досліджуючи перші ефекти від світової пандемії, можна зазначити, що за даними Інституту міжнародних фінансів (ІФ), ознаки уповільнення темпів економічного зростання вже спостерігаються в економіках США, Єврозони та Японії, на які припадає 15,1, 11,0 і 4,0% світового ВВП. Економіка КНР, за прогнозами МВФ, зросте лише на 3,5%, що вже називають найповільнішим зростанням китайської економіки з 1990 року. Серед основних економічних заходів реагування на кризу, що вживаються в США, КНР, Японії, Південній Кореї та деяких країнах ЄС, слід відзначити збільшення державних витрат на боротьбу з наслідками COVID-19. У США сукупний розмір фіскальних і монетарних заходів підтримки економіки склав близько 6,2 трлн дол., що еквівалентно приблизно 30% ВВП країни. В Японії обсяг пакета заходів стимулювання склав близько 10% ВВП країни, а обсяг антикризових пакетів країн ЄС варіюється в межах 8–20% ВВП: у Греції – 8%, у Німеччині – 20%. Ще одним заходом протидії наслідкам кризи в світі стало посилення монетарного стимулювання економіки. Для забезпечення ліквідності ринків центральні банки по всьому світу знижують процентні ставки. У США і країнах ЄС процентні ставки скорочені практично до нуля 0,25%. У КНР був скорочений норматив обов'язкових резервів (RRR) за всіма напрямками на 0,5% і випущено понад 800 млрд юанів довгострокової ліквідності. У Південній Кореї базова процентна ставка знижена до 0,75%. Як активні заходи антикризового реагування урядами країн розробляються різні фіскальні пакети, що передбачають: зниження податків, відстрочення або надання податкових канікул, страхових внесків та інші заходи. Так, у КНР на три роки удвічі знижено податок на використання міських земельних ділянок. У Великобританії відмінено всі податки на комерційну діяльність суб'єктів, які мають вартість менше 51 тисячі фунтів стерлінгів. У Франції представники малого та середнього бізнесу звільнені від сплати комунальних платежів.