

## ЗНАЧЕННЯ ТА ОСНОВНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПОСЛУГ

**Холявка Я.**, здобувач другого (магістерського) рівня ВО\*,  
Сумський національний аграрний університет, м. Суми, Україна

Управління конкурентоспроможністю послуг – це системний підхід та набір стратегій, методів і практик, які спрямовані на підвищення конкурентоспроможності підприємства чи організації у сфері надання послуг. Значення управління конкурентоспроможністю послуг включає в себе наступні аспекти: Збільшення привабливості на ринку: управління конкурентоспроможністю вважають потреби та очікування клієнтів і надають послуги, які відповідають їхнім вимогам. Це робить компанію більш привабливою для клієнтів. Збільшення прибутковості: ефективне управління без втрати витрат та оптимізація внутрішніх процесів, що призводить до збільшення прибутку. Забезпечення стабільності та сталого росту: конкурентоспроможність росту підприємства залишитися стійким в умовах змін на ринку і забезпечити можливість сталого росту та розвитку. Залучення і утримання клієнтів: задоволені клієнти мають тенденцію залишатися та рекомендувати інші послуги. Управління конкурентоспроможністю підтримує підтримку лояльності клієнтів. Адаптація до змін на зростанні ринку: зміни на ринку та вимоги постійно зростають. Управління конкурентоспроможністю після адаптації підприємства до нових умов та отримання конкурентної переваги. Мотивація персоналу та розвиток компетенцій: ефективне управління конкурентоспроможністю включає в себе розвиток персоналу, навчання та стимулювання здібностей та навичок співробітників. Виживання на ринку: в умовах жорсткої конкуренції управління конкурентоспроможністю може бути вирішальним для виживання компанії на ринку.

Управління конкурентоспроможністю послуг має важливе значення для підприємства чи організації з кількох ключових причин (рис.).

---

\* Науковий керівник – *Лищенко М.О., д.е.н., професор*



Рис. Значення управління конкурентоспроможністю послуг

Джерело: сформовано автором [1]

Управління конкурентоспроможністю є компонентом стратегічного управління підприємством, яке спрямоване на досягнення успіху, стійкості та високого ступеня конкурентоспроможності. Завоювання ринкової частки – це стратегічний аспект конкурентоспроможності, який вимагає зусилля компанії для збільшення своєї частки в загальному обсязі продажів або обсязі ринку у своїй галузі [2]. Це можна включати в себе підходи та стратегії: *Аналіз конкурентів*: Докладне вивчення конкурентів визнає їх сильні та слабкі сторони, а також ідентифікує можливості для завоювання їх клієнтів. *Унікальна пропозиція цінності*: Розробка унікальної пропозиції, яка відзначається серед конкурентів, може конвертувати нових клієнтів. *Маркетингові кампанії та реклама*: Спеціальні кампанії та рекламні заходи можуть допомогти привернути увагу та вплинути на клієнтів. *Розширення асортименту або послуги*: Розгляд можливостей розширення власного асортименту товарів або послуг або для виходу на нові ринки. *Підвищення якості та обслуговування*: Покращення якості товарів або послуг, а також рівень обслуговування може сприяти завоюванню лояльності клієнтів. *Співпраця та стратегічні партнерства*: Встановлення партнерств та співробітництва з іншими компаніями може відкрити нові можливості для завоювання ринкових позицій. Завоювання ринкової частки вимагає від компанії великих зусиль та стратегічного планування, але це може призвести до збільшення прибутку та посилення конкурентних позицій на ринку.

#### Література:

1. Лишенко М.О., Овчаренко Є.І., Гук О.В., Мохонько Г.А. Формування конкурентних переваг на основі вдосконалення системи управління якістю продукції підприємства в контексті забезпечення фінансово-економічної безпеки. *Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць*. 2022. Вип. 2(249). С. 170-176.

2. Запша Г.М., Писаренко В.В., Лишенко М.О., Кукса І.М. Моделювання системи фінансово-логістичного менеджменту капіталізації інноваційно-безпечного бізнесу за маркетингових змін конкурентного міжнародного середовища в умовах діджиталізації. *Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць*. 2022. Вип. 4(251). С. 91-98.