

ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОСЛУГ ЯК ІНСТРУМЕНТА ПОСИЛЕННЯ РИНКОВИХ ПОЗИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті розглядається важливість підвищення рівня конкурентоспроможності послуг, як інструмента посилення ринкових позицій підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність, управління конкурентоспроможності послуг, ринкова позиція.

Abstract

The article considers the importance of managing the competitiveness of services as a tool for strengthening the market position of the enterprise.

Keywords: competition, market position, competitiveness, management of competitiveness of services, enterprise.

Ринки стають все більш динамічними через активний розвиток підприємств та появу нових гравців.. Кожне підприємство прагне збільшити прибутки та розширити свою ринкову частку адже для кожного бізнесу значущим є фактор зміцнення позицій на ринку. Виділяють такі основні причини, як: приваблення та утримання клієнтів, розвиток бренду та репутації, адаптація до змін ринкового середовища, стимулювання інновацій, міжнародна експансія і тд.

Підвищенню рівня конкурентоспроможності є одним із ключових інструментів у зміцненні ринкових позицій, адже це ключовий елемент стратегічного управління підприємством

Інститут менеджменту та розвитку (IMD) визначає поняття конкурентоспроможності як реальну і потенційну можливість фірм за існуючих умов проектувати, виготовляти, збувати товари, які за ціновими та неціновими характеристиками привабливіші для споживачів, ніж товари їх конкурентів [1].

Виділяють три групи показників, які підлягають оцінці: економічні, технічні та нормативні. Економічні показник включають параметри оцінки ціни виробу та споживання, умови платежу та поставок, строки та умови гарантії. Технічні показники охоплюють параметри призначення, ергономічні та естетичні параметри. Нормативні показники визначають параметрами патентної чистоти, екологічності та безпеки.

Управління конкурентоспроможністю послуг характеризується комплексом заходів, стратегій та процесів, які будуть спрямовуватися на забезпечення та утримання конкурентних переваг свого товару чи послуги від компанії на ринку [2-3].

Для досягнення цієї цілі маркетингологи застосовують різноманітні стратегії [4]:

1. Конкурентні стратегії. Саме дослідження конкурентів дасть зрозуміти сильні та слабкі сторони наших суперників, таким чином з аналізу можна сформулювати заходи для покращення своїх позицій на ринку та завоювання їхньої аудиторії.

2. Унікальна пропозиція цінності. Ця стратегія характеризується розробкою унікальної пропозиції, що буде відрізнятися серед конкурентів і таким чином залучати нових клієнтів.

3. Маркетингові кампанії та реклама. Формування якісних пропозицій послуг на ринку дасть можливість до привернення уваги споживачів до нашої компанії.

4. Розширення асортименту або послуг. Така позиція надає вихід на нові ринкові сегменти.

5. Підвищення якості та обслуговування. Покращення якості послуг та обслуговування може залучити поліпшення лояльності уже існуючих клієнтів нашої компанії.

6. Співпраця та стратегічні партнерства. Партнерства залучають нові додаткові інвестування для підприємства, а той у свою чергу має можливість покращити кожну форму залучення нових клієнтів.

Такі стратегічні рішення для управління конкурентоспроможністю послуг підприємства є вирішальними щодо покращення ринкової позиції, адже цей процес вимагає багато зусиль, стратегічного планування, досліджень та розробки найвигіднішого шляху для підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. World Competitiveness Yearbook, IMD. www.imd.ch/wcy/ranking
2. Лук'янчук О. М, Ніколаєва Є. В. Система управління конкурентоспроможністю підприємства: наукові підходи та практичні виклики. Науковий вісник ОНЕУ. URL: <https://doi.org/10.32680/2409-9260-2024-3-4-316-317-110-116>
3. Холявка Я. Значення та основні аспекти управління конкурентоспроможністю послуг. URL: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/51194/1/Upravlinnia%20rozvytkom%20sotsialno-ekonomichnykh%20system_Ch%202_%202024_564-566.pdf.
4. Стойко І.І., Шерстюк Р.П. Управління конкурентоспроможністю. навч.-метод. посібник. Тернопіль: ТНТУ імені Івана Пулюя, 2021. 156 с. URL: <https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/35675/1/%D0%A3%D0%9A%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA%202020.pdf>

Антоновська Христина Віталіївна - студентка групи Мр-216, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: ratusnakkristinapr@gmail.com

Antonovska Kristina Vitaliivna - student of the Mr-21b group, faculty of Management and Information Security, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, e-mail: ratusnakkristinapr@gmail.com

Науковий керівник- Філатова Любов Сергіївна — канд. екон. наук, старший викладач кафедри менеджменту, маркетингу та економіки, Вінницький національний технічний університет. e-mail: filatovalyba@gmail.com

Supervisor - Filatova Lyubov— Cand. Sc. (Economics), Senior Lecturer with the Department of Management, marketing and Economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: filatovalyba@gmail.com