

УДК 338.242.2:339.137.2

JEL Classification: D21, L84, M11, M21

DOI 10.35433/ISSN2410-3748-2024-2(35)-1

Буртовська Вікторія
магістр кафедри економіки,
менеджменту, маркетингу та готельно-
ресторанної справи
Житомирський державний університет
імені Івана Франка

Клімова Інна
к.е.н., доцент кафедри економіки,
менеджменту, маркетингу та готельно-
ресторанної справи
Житомирський державний університет
імені Івана Франка
<https://orcid.org/0009-0004-4998-8811>

АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ Й ОСНОВНІ НАПРЯМИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

В статті проаналізовано трактування поняття “конкуренція” різними авторами. З’ясовано, що наразі це поняття не повністю відповідає критеріям системності та комплексності, що не дає змоги однозначно визначити, чи конкуренція є процесом, станом, прагненням чи іншою категорією. Доведено, що багато існуючих визначень не охоплюють конкуренцію як явище, притаманне не лише економічним, але й соціальним, виробничим та навіть біологічним системам. Проведене дослідження показало, що доцільним є вивчення зв’язку між конкурентоспроможністю на рівні країни, окремих підприємств та конкретних товарів, оскільки конкурентоспроможність є синтезом багатьох економічних категорій.

Для ефективного управління конкурентоспроможністю підприємство має розробити та впровадити систему заходів, що дозволять постійно оцінювати рівень конкурентоспроможності, виявляти потенційні загрози та можливості, а також розробляти стратегії для досягнення бажаних результатів.

У статті наведено результати PEST-аналізу досліджуваного підприємства, де виявлено фактори, які надають позитивний і негативний вплив на ринок клінінгових послуг м. Житомира і компанію ТОВ «КлінМаркет» зокрема.

Аналіз конкурентного середовища показав, що компанія ТОВ «КлінМаркет» за всіма порівнюваними характеристиками не поступається фірмам-конкурентам.

Стаття містить рекомендації для підвищення конкурентоспроможності ТОВ «Клінмаркет», а саме: обрати стратегію диференціації, також зосередити свою увагу на інтернет-присутності, впроваджувати інновації та звернути увагу на людський ресурс, так як в компанії спостерігається плінність кадрів.

Для вдосконалення системи управління конкурентоспроможністю слід запровадити ефективні інструменти аналізу ринку та конкурентів, оптимізувати внутрішні процеси та сприяти розвитку персоналу. Це дозволить компанії швидко реагувати на зміни на ринку і зберігати конкурентні переваги.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність підприємства, управління, клінінг, аутсорсинг.

ANALYSIS OF THE COMPETITIVENESS OF SERVICE SECTOR ENTERPRISES AND KEY APPROACHES TO ITS IMPROVEMENT

The article analyzes the interpretation of the concept of "competition" by various authors. It has been found that this concept currently does not fully meet the criteria of systematization and comprehensiveness, which makes it difficult to definitively determine whether competition is a process, a state, an aspiration, or another category. It has been proven that many existing definitions do not encompass competition as a phenomenon inherent not only to economic but also to social, production, and even biological systems. The conducted research has shown that it is advisable to study the relationship between competitiveness at the country level, individual enterprises, and specific products, as competitiveness is a synthesis of many economic categories.

It has been proven that managing the competitiveness of an enterprise is a specific aspect of enterprise management, the goal of which is to form, develop, and realize competitive advantages and ensure the viability of the enterprise as a subject of higher-level economic competition. To manage the level of competitiveness, the enterprise must create a system of measures that will significantly influence the level of competitiveness to bring it to an optimal or desired state and maintain this state in the future.

The article presents the results of a PEST analysis of the studied enterprise, identifying factors that have a positive and negative impact on the cleaning services market in Zhytomyr and the company LLC "KlinMarket" in particular.

The analysis of the competitive environment showed that LLC "KlinMarket" does not lag behind its competitors in all compared characteristics.

The article contains recommendations for increasing the competitiveness of LLC "KlinMarket" namely: choosing a differentiation strategy, focusing on internet presence, implementing innovations, and paying attention to human resources, as the company experiences staff turnover.

To improve the competitiveness management system, it is necessary to introduce effective tools for market and competitor analysis, optimize internal processes, and promote personnel development. This will allow the company to quickly respond to market changes and maintain competitive advantages.

Keywords: competition, enterprise competitiveness, management, cleaning, outsourcing.

Постановка проблеми. Російська агресія призвела до масштабної перебудови української економіки. Бізнес зіштовхнувся з низкою проблем: тимчасова окупація частини територій, масова міграція населення, руйнування логістичних ланцюгів, зміна споживчого попиту та дефіцит робочої сили. Ці фактори значно ускладнили ведення бізнесу та потребують від підприємств глибоких трансформацій. Суб'єкти господарювання змушені переглядати свої бізнес-моделі, оптимізувати виробничі процеси, шукати нові ринки збуту та змінювати підходи до управління персоналом. Для успішної адаптації необхідний комплексний підхід, який включає в себе

стратегічне планування, оперативне реагування на зміни та пошук нових партнерств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика управління конкурентоспроможністю українськими підприємствами піднімалась у наукових роботах Л.М. Березіної, О.В. Вараксіної, А.С. Олійник, А.Г. Рак, Ю.В. Вакуленко, А.С. Олійник, О.Є. Гевленко, В.В. Храпкіної, В.А. Павлової, М.В. Зось-Кіор, К.О. Брижань; О.І. Драгана, І.О. Геращенко, О.О. Шмадченко. Незважаючи на значний науковий доробок у сфері менеджменту конкурентоспроможності на вітчизняних підприємствах, нові умови, викликані російською військовою агресією, потребують подальших наукових досліджень і пошуку шляхів вирішення нових проблем управління конкурентоспроможністю в українському бізнес-середовищі.

Ці нові умови вимагають адаптації інструментів та методів управління до зміни економічної та політичної ситуації, зокрема, врахування ризиків, пов'язаних з воєнним конфліктом, розвиток стратегій і тактик, що дозволять підприємствам зберегти конкурентоспроможність і навіть розширити свої можливості на вітчизняних та зовнішніх ринках. Для вирішення цих проблем потрібно продовжувати наукові дослідження у сфері менеджменту, використовуючи інноваційні методи та інструменти, а також сприяти активній взаємодії між науковою спільнотою, бізнесом та державою для розробки та впровадження ефективних стратегій управління конкурентоспроможністю.

Мета дослідження полягає у комплексному науковому та практичному розв'язанні проблеми організаційно-економічного забезпечення конкурентоспроможності на прикладі досліджуваного підприємства.

Методи дослідження. Теоретичною та методологічною основою проведених досліджень стали наукові концепції і теоретичні розробки провідних вітчизняних і зарубіжних вчених в галузі конкуренції та конкурентоспроможності підприємств. У процесі досліджень застосовувались такі методи загальнонаукового пізнання економічних

процесів, зокрема: індукції, дедукції, аналізу, синтезу, синергетичний підхід, окрім цього використовувались методи теоретичного узагальнення та порівняння, статистичний аналіз та системний підхід.

Виклад основного матеріалу. Клінінг – затребувана наразі послуга, це високотехнологічний сучасний сервіс, що докорінно відрізняється від традиційних і уже застарілих уявлень про наведення чистоти та її утримання. Його переваги у професійності прибирання, вивільненні часу для основної професійної чи іншої діяльності, абстрагування від турбот і проблем побуту та запобігання конфліктам на побутовому підґрунті, гарантованої високої якості клінінгових послуг, їх доступності за рахунок прогресивних професійних технологій і техніки, економії на придбанні обладнання для прибирання, витратних матеріалів, підвищення самооцінки і престижу від звільнення від рутини [5, с. 48].

Класична модель найму, коли компанії наймають, контролюють і навчають прибиральників, оформлюють лікарняні та відпустки, закупають необхідну хімію та обладнання, як і раніше, є широко поширеною в діловому середовищі. Однак багато компаній не знають або не хочуть дізнаватися про ефективні моделі аутсорсингу, які можуть значно спростити їхню діяльність. Деякі компанії сприймають аутсорсинг як примху і не готові довіряти інноваціям. Проте досвід компаній, які вже обрали аутсорсинг, доводить, що такий підхід забезпечує високу якість і позитивні результати.

Аутсорсинг – це регулярне або разове виконання робіт у різних галузях із залученням сторонніх компаній [4]. Нині аутсорсинг широко поширений у сфері клінінгових послуг. Передаючи прибирання та обслуговування професійному персоналу, компанії, фірми та установи можуть заощадити на купівлі та зберіганні обладнання і витратах на персонал. Співробітники, які повністю розуміють свої завдання і постійно вдосконалюють свої навички, завжди можуть забезпечити більш ефективний і якісний результат.

Команда клінерів ТОВ «КлінМаркет» на аутсорс залучається як

правило на підставі договору. У ньому обумовлюються всі важливі моменти щодо послуг, що надаються: їх вид, складність, процедура, термін і ціна. Замовниками послуг клінінгу можуть виступати банки, школи, дитячі садки, торговельні та бізнес-центри, офіси компаній, виробництва, та й взагалі будь-які організації.

Аутсорсинг – це не разове віяння сучасної моди, він стає все більш популярним і звичним явищем на українському ринку. Це сьогоденні реалії в світі успішних і сучасних компаній. Аутсорсинг надає компаніям і організаціям можливість економити і зосередитися на своїй основній діяльності [4].

Для того щоб отримати вичерпну інформацію про стан суб'єкта економічної діяльності на ринку клінінгових послуг, виявити її сильні і слабкі сторони, для подальшої розробки проекту просування ТОВ «КлінМаркет» ми провели аналіз мікро і макросередовища компанії.

Одним з популярних методів оцінки макроекономічного оточення є PEST – аналіз. Це інструмент, призначений для виявлення політичних, економічних, соціальних і технологічних факторів зовнішнього середовища, які впливають на бізнес компанії. PEST – аналіз клінінгової компанії ТОВ «КлінМаркет» представлено в таблиці 1.

Таблиця 1

PEST – аналіз клінінгової компанії ТОВ «КлінМаркет»

Політичні фактори	Економічні чинники
<ul style="list-style-type: none">– зміни в оподаткуванні;– військові дії;– мобілізація	<ul style="list-style-type: none">– слабка купівельна спроможність;– підвищення мінімальної заробітної плати.
Соціальні фактори	Технологічні фактори
<ul style="list-style-type: none">– відтік населення;– прогресивність населення в питанні аутсорсингу певних видів діяльності	<ul style="list-style-type: none">– можливість використання високотехнологічних прибиральних машин, а також професійної хімії;– розвиток реклами в мережі інтернет та технологій її створення.

Джерело: сформовано та розроблено автором на основі узагальнення інформаційних даних

Наступним етапом оцінки є визначення домінуючих факторів зовнішнього середовища, які найбільш сильно впливають на ТОВ «КлінМаркет».

Фактори зовнішнього середовища можуть представляти для підприємства загрози або можливості. Всю сукупність факторів, представлених в таблиці 1, вносимо в таблицю 2 якісної оцінки, визначаємо вектор впливу фактора («-» – негативний вплив; «+» – позитивний вплив), визначаємо вплив на організацію, даємо пояснення свого рішення.

Таблиця 2.

Якісна оцінка факторів зовнішнього середовища ТОВ «КлінМаркет»

Фактор	Вектор впливу	Пояснення
1	2	3
Зміни в оподаткуванні	–	Збільшення затрат діяльності клінінгової компанії через оптимізацію оподаткування
Військові дії	–	Політична нестабільність, інфляція, коливання курсу валюти. Неможливість закупки імпортного професійного обладнання, побутової хімії, збільшення вартість вітчизняних аналогів.
Слабка купівельна спроможність	–	Зниження доходів підприємств.
Підвищення мінімальної заробітної плати	–	Збільшення витрат на оплату праці призводить до збільшення собівартості разових клінінгових робіт
Відтік населення в регіоні	–	Втрата молодих кваліфікованих кадрів в різних областях
Прогресивність населення в питанні аутсорсингу певних видів діяльності	+	Збільшення попиту на послуги клінінгових компаній
Мобілізація	–	Зменшення кількості працюючих підприємств
Можливість використання високотехнологічних прибиральних машин, а також професійної хімії	+	Зниження використання фізичної сили за рахунок високотехнологічності процесу збирання

Розвиток реклами в мережі інтернет та технологій її створення.	+	Збільшення можливості інформування потенційних клієнтів про послуги компанії
--	---	--

Джерело: сформовано та розроблено автором на основі узагальнення інформаційних даних

Таким чином, можна зробити висновок, що такі фактори як: підвищення ставок оподаткування, слабка купівельна спроможність, підвищення мінімальної заробітної плати і відтік населення в регіоні надаватимуть негативний вплив на ринок клінінгових послуг міста Житомира, і зокрема, можуть негативно відобразитися на роботі компанії ТОВ «КлінМаркет».

SWOT-аналіз – метод стратегічного планування, що полягає у виявленні факторів внутрішнього і зовнішнього середовища організації і поділі їх на чотири категорії: сильні сторони, слабкі сторони, можливості і загрози. Сильні та слабкі сторони є факторами внутрішнього середовища об'єкта аналізу, (тобто тим, на що сам об'єкт здатний вплинути); можливості та загрози є факторами зовнішнього середовища (тобто тим, що може вплинути на об'єкт ззовні і при цьому не контролюється об'єктом) [2].

Слабкими сторонами, на які компанії потрібно звернути увагу, є:

- часта зміна робочого персоналу (клінера) за різними обставинами;
- неможливість здійснити роботу на замовлення клієнта день в день, через зайнятість бригади. Для вирішення цієї проблеми, рекомендується сформувати бригаду співробітників, що виконують разові роботи, призначити бригадира, прийняти в штат менеджера, що відповідає за розподіл обов'язків бригади і контроль якості виконаних робіт.

Домінуючою можливістю для ТОВ «КлінМаркет» буде відсутність інтересу у конкуруючих фірм до просування своїх компаній, так як в компанії існує маркетинговий відділ, який відповідає за просування компанії на ринку послуг.

Найважливішими загрозами для компанії будуть: недостатня поінформованість цільової громадськості про існування компанії, яка надає

клінінгові послуги, існування стереотипу про те, що клінінгові послуги – це дуже дорогі послуги. Для вирішення даних проблем необхідно провести заходи щодо стимулювання збуту, такі як: знижки з ціни, акції на певні послуги, проведення розіграшів в соціальних мережах. Для привертання уваги цільової громадськості до клінінгової компанії рекомендується провести ряд заходів щодо збільшення впізнаваності бренду компанії: введення форми для співробітників на об'єктах з логотипом компанії ТОВ «КлінМаркет», використання ряду рекламних засобів в цифровому середовищі для залучення потенційних клієнтів.

Виходячи з даних SWOT-аналізу, ми можемо зробити висновок, що сильними сторонами компанії будуть: кваліфікований персонал, індивідуальний підхід і безкоштовний виїзд менеджера до клієнта, зацікавленість керівництва в просуванні компанії, що дозволяє компанії ТОВ «КлінМаркет» займати гідне місце на ринку клінінгових послуг м. Житомира і професійно здійснювати свою діяльність.

Потенційні можливості підприємства по зростанню обсягу реалізації можуть бути обмежені впливом різних факторів, але головні з них – потужність підприємства, його виробничі особливості та стан подальшого розвитку ринку подаються підприємством послуг (табл. 3).

Таблиця 3.

Перелік факторів середовища, що мають найбільшу значимість для

ТОВ «КлінМаркет»

Позитивний вплив	Негативний вплив
Розширення ринку робіт та послуг Збільшення обсягу робіт. Наявність високорозвиненого виробничого потенціалу. Сприятливий імідж підприємства. Висока ефективність і якість робіт і послуг, відносно низькі ціни Забезпеченість висококваліфікованими кадрами	Поява нових підприємств-конкурентів. Відсутність джерел фінансування. Несприятлива політика органів влади

Джерело: сформовано та розроблено автором на основі узагальнення інформаційних даних

Зараз ринок клінінгових послуг м. Житомир стрімко розвивається, поява нових фірм-конкурентів, таких як компанія «СуперКлин» (працює з 2014 року), компанія «CleanDom» (працює з 2015 року), а також близько десятка інших, змушує компанії використовувати цілий комплекс заходів по просуванню своїх послуг на ринку.

Для того щоб отримати повну картину макро і мікросередовища компанії, нами було проведено аналіз конкурентного середовища компанії (таблиця 4).

Таблиця 4.

Порівняльний аналіз конкурентного середовища на ринку клінінгових компаній м. Житомир

Порівняльні характеристики	ТОВ «КлінМаркет»	СуперКлин	CleanDom	Чисте місто	Clean&Co
Наявність офіційного сайта	+	+	+	+	+
Наявність офіційних акаунтів в соціальних мережах	+	+	+	+	+
Послуги для юридичних осіб	+	-	+	+	-
Послуги для фізичних осіб	+	+	+	+	+
Послуги з хімчистки	+	+	+	+	-
Наявність позитивних відгуків	+	+	+	+	+

Джерело: сформовано та розроблено автором на основі узагальнення інформаційних даних

Виходячи з даних, отриманих в таблиці 4, ми можемо зробити висновок, що компанії на ринку клінінгових послуг м. Житомир надають схожий спектр послуг. Наявність позитивних відгуків про компанії, рекомендаційних і подячних листів на офіційному сайті сприяє закріпленню позитивного іміджу компанії в свідомості споживачів. Цінова політика ТОВ «КлінМаркет» в питанні щоденного прибирання та організації клінінгових робіт в котеджі й офісі є однією з найнижчих у місті.

Також для підвищення конкурентоспроможності компанія

«КлінМаркет» відкрила новий інноваційний напрямок – професійну пральню килимів «Килимийка».

Розширення клінінгової компанії за рахунок професійних послуг з чищення килимів може підвищити конкурентоспроможність з кількох причин:

1. Диверсифікація послуг: пропонування ширшого спектру послуг з прибирання може залучити більшу клієнтську базу та допоможе зберегти існуючих клієнтів. Пропонуючи професійне чищення килимів, компанія може задовольнити потреби клієнтів, які потребують глибокого чищення килимів як додаток до регулярних послуг з чищення.

2. Диференціація ринку: для чищення килимів потрібне спеціальне обладнання та досвід, які можуть виділити компанію з-поміж її конкурентів, що пропонують лише базові послуги з чищення. Це допомагає встановити лідерські позиції компанії та підвищує її довіру та репутацію.

3. Збільшення доходу: чищення килимів є прибутковим доповненням до послуг клінінгової компанії, забезпечуючи нове джерело доходу та допомагаючи збільшити загальний дохід бізнесу.

4. Кращий досвід роботи з клієнтами: надаючи високоякісні послуги з чищення килимів, компанія створює кращий загальний досвід для клієнтів, що призводить до підвищення рівня задоволеності та лояльності клієнтів.

Важливо відзначити, що для ефективного підвищення конкурентоспроможності компанія інвестує в необхідне обладнання, навчання та ресурси для надання послуг професійного чищення килимів найвищої якості. Крім того, компанія прагне підтримувати відмінне обслуговування клієнтів, оперативно реагувати та встановлювати конкурентоспроможні ціни, щоб продовжувати виділятися на переповненому ринку.

Таким чином, ми можемо зробити висновок про те, що аналітичний етап є невід'ємною частиною розробки проекту просування клінінгових

послуг компанії. Провівши PEST-аналіз, ми виявили фактори, які мають позитивний і негативний вплив на ринок клінінгових послуг м. Житомира і компанію ТОВ «КлінМаркет» зокрема.

Аналіз конкурентного середовища показав, що компанія ТОВ «КлінМаркет» за всіма порівнюваними характеристиками не поступається фірмам-конкурентам.

Проводячи аналітику, ми склали SWOT-аналіз і виявили сильні і слабкі сторони підприємства надали ряд рекомендацій зі зміни слабких сторін компанії та запобігання загроз. З огляду на вищесказане, ми зможемо грамотно сформулювати план і реалізувати проект просування клінінгових послуг компанії ТОВ «КлінМаркет».

Висновок: Основна стратегічна мета компанії – це досягнення стійкого зростання за рахунок збільшення обсягів виробництва та продажів. Паралельно з цим необхідно постійно працювати над підвищенням ефективності всіх бізнес-процесів, що дозволить знизити витрати та підвищити конкурентоспроможність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гребеник Т. В., Самусь Г. І., Весперіс С. З., Зубко К. Ю., Циганенко О. В. Інноваційна діяльність як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств. Ефективна економіка. 2023. № 5. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2023_5_34
2. Жалдак Г. П., Мамаджанов А. Р. Напрями та методи оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 2022. № 22. С. 52-59. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2022_22_10
3. Економічна безпека підприємництва в Україні : монографія / Г. В. Ситник, Г. В. Блакита, Н. М. Гуляєва та ін. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. 284 с.

4. Нікішов А. Що таке аутсорсинг персоналу. URL: <https://fillin.ua/stati/autsorsing-chto-eto/>
5. Шишка Р.Б. Договір клінінгу: до проблеми регулювання. Вісник Запорізького національного університету. № 3, 2014. С. 47-53. URL: <https://www.law.journalsofznu.zp.ua/archive/visnik-3-2014/6.pdf>

REFERENCES

1. Hrebenyk, T. V., Samus, H. I., Vesperis, S. Z., Zubko, K. Yu., & Tsyhanenko, O. V. (2023). Innovative activity as a factor in increasing the competitiveness of enterprises. *Efektivna ekonomika*, 5. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2023_5_34 [in Ukrainian].
2. Zhaldak, H. P., & Mamadzhanov A. R. (2022). Directions and methods of assessing the level of competitiveness of enterprises. *Ekonomichnyi visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu Ukrainy «Kyivskiy politekhnichnyi instytut»*, 22, 52-59. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2022_22_10 [in Ukrainian].
3. Sytnyk, H. V., Blakyya, H. V., & Huliaieva, N. M. et al. (2020). *Economic security of entrepreneurship in Ukraine*. Kyiv : Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t [in Ukrainian].
4. Nikishov, A. (2023). *What is personnel outsourcing?* Retrieved from: <https://fillin.ua/stati/autsorsing-chto-eto/> [in Ukrainian].
5. Shyshka, R.B. (2014). Cleaning contract: to the problem of regulation. *Visnyk Zaporizkoho natsionalnoho universytetu*, 3, 47-53. Retrieved from: <https://www.law.journalsofznu.zp.ua/archive/visnik-3-2014/6.pdf> [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 12.11.2024