

СЕКЦІЯ 1. ПІДПРИЄМНИЦЬКІ ІНІЦІАТИВИ: СТРАТЕГІЧНІ ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПОСЛУГ З РЕМОНТУ ВЗУТТЯ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Шамільян К. С.

*Магістр Київського національного університету
технологій та дизайну*

Наук. керівник к.е.н., доцент Шкода М.С.

На сучасному етапі розвитку ринкового середовища, Україна, в сфері побутового обслуговування, невпинно набирає оберти і з кожним днем нарощує свої виробничі потужності. Однак, безліч підприємств не в змозі ефективно налагодити прибутковість, через відсутнє стратегічне мислення та якісні послуги які б могли добре конкурувати на ринку.

Саме якість наданих підприємством послуг підвищує його конкурентоспроможність. Це важливо як для підприємства, так і для соціуму, адже це є одним із шляхів створення попиту на послуги цього підприємства. Неякісно надана послуга відштовхує від підприємства його споживачів.

Актуальність даної теми полягає у визначенні якісних складових конкурентоздатності сфери послуг з ремонту взуття, за рахунок яких підприємство зможе постійно функціонувати і мати переваги над конкурентами, що надасть кількісно збільшити обсяги наданих послуг, а отже максимізувати прибуток.

Аналізуючи проблематику даного питання постає питання, якими засобами та методами можливо досягнути нового етапу в розвитку сфери побутового обслуговування. Динамічне впровадження різноманітних інновацій, а саме розширення асортименту послуг, із застосуванням горизонтальної та вертикальної диверсифікації видів, технологій їх надання, організаційно–методичних рекомендацій щодо обслуговування споживачів, є ключовим фактором успіху та підвищення конкурентоспроможності підприємств сфери послуг.

Для українського ринку на даному етапі розвитку ринкового середовища, актуальними проблемами в сфері побутового обслуговування залишаються такі як: відсутність налагодженої системи та органів контролю за якістю надання побутових послуг, незадовільний стан конкуренції, пов'язаний з великою кількістю нелегально функціонуючих підприємств, не досконалість та невідповідність нормативної бази сучасним вимогам ведення бізнесу.

Аналізуючи послуги з ремонту взуття необхідно пам'ятати про особливості їх функціонування, а саме: непостійність якості надання послуг, невідповідність міжнародним стандартам якості, невдале розташування до потенційних конкурентів. Нажаль, в Україні однією з проблем якості та конкурентоздатності послуг з ремонту взуття є недостатньо кваліфіковані майстри або керівники таких підприємств, що не мають достатньо досвіду у веденні підприємницької діяльності, що унеможливорює здорову конкуренцію даного виду послуг.

Невід'ємним фактором успіху сфери послуг з ремонту взуття є розробка конкурентних стратегій керівниками підприємств, що включає:

- визначення поточних і прогнозованих цілей і завдань з організації структури розвитку підприємства для забезпечення його конкурентоспроможності;
- систематичне вивчення та аналіз ринку, що дозволить вчасно реагувати на зміни в ринковому середовищі;

- розробка нових рекомендацій із забезпечення особистого підходу для кожного із своїх клієнтів: вдосконалення системи надання послуг чи проведення модернізацію офісів та обладнання;

- обґрунтування ключових факторів успіху.

Для того щоб ці підприємства були відповідними, конкурентоспроможними, інноваційними, ефективними, орієнтованими на клієнта та прибутковими, їм потрібно оперувати взаємопов'язаними бізнес–процесами [2].

Таким чином, щоб залишатися конкурентоспроможним, підприємство побутового обслуговування в сфері ремонту взуття повинно виконувати основні вимоги до критеріїв та показників складової якості конкурентоспроможності послуг. Очікувані результати оцінки конкурентоспроможності можуть бути використані для вибору шляхів оптимального підвищення конкурентоспроможності послуг і конкретного розв'язання ринкових задач та підвищення якості ремонту взуття. Це дасть змогу визначити основні напрями зміцнення конкурентних позицій окремих малих підприємств та цілих галузей.

Можливість подальшого виживання підприємства в умовах постійної конкурентної боротьби залежить від рівня його конкурентоспроможності. А конкуренція, у свою чергу, є важливим елементом ринкового механізму, без неї ринкові відносини неможливі

Для функціонування в конкурентному середовищі підприємствам сфери послуг потрібно постійно організовувати ефективний менеджмент та процес прийняття управлінських рішень, особливо це стосується підприємств–майстерень з ремонту взуття, що мають менш місткий ринок конкурентів. Головним напрямом, що забезпечує підвищення прибутковості і швидкого зростання ефективності підприємств з ремонту взуття виступає постійний моніторинг якості надання послуг та дослідження конкурентного середовища на ринку послуг [2].

Враховуючи викладене, основним напрямом подальших досліджень є:

- система комплексного дослідження механізму оцінки якості конкурентоспроможності підприємств побутового обслуговування в сфері ремонту взуття;

- розробка стратегії конкурентної боротьби за рахунок підвищення якості наданих послуг в сфері побутового обслуговування;

- дослідження зовнішніх факторів, що негативно впливають на конкурентоздатність підприємства з позиції якості послуг.

Література: 1. Іванов Ю.Б. Конкурентоспроможність підприємства в умовах формування ринкової економіки: Монографія / Ю.Б. Іванов. – Харків: ХГЕУ, 2011. – 246 с. 2. Фатхутдінов, Р.А. Конкурентоспроможність організації в умовах кризи: економічний маркетинг, менеджмент / Р.А. Фатхутдінов. – М.: Економіка, 2012. – 567 с.