

*Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292. Ефективна економіка. 2024. № 9.*

**DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.9.15>**

**УДК 338.23**

*З. Я. Шацька,*

*д. е. н., доцент, доцент кафедри смарт-економіки,*

*Київський національний університет технологій та дизайну*

*ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1600-148>*

*А. В. Тесленко,*

*аспірант кафедри смарт-економіки,*

*Київський національний університет технологій та дизайну*

*ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0001-8984-0342>*

## **КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ В УМОВАХ СМАРТ-ЕКОНОМІКИ**

*Z. Shatskaya,*

*Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the  
Department of Smart Economics, Kyiv National University of Technologies and Design*

*A. Teslenko,*

*Postgraduate student of the Department of Smart Economics,  
Kyiv National University of Technologies and Design*

## **COMPETITIVENESS OF SERVICE SECTOR ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF THE SMART ECONOMY**

*В статті досліджено стан ринку надання послуг з ремонту побутової техніки в Україні. Доведено, що ринок надання послуг з ремонту побутової техніки, який є складовою частиною ринку споживчих послуг в Україні є досить розвиненим. З'ясовано, що обладнання побутової техніки є невід'ємною частиною побуту населення, яке потребує періодичного ремонту, тому попит на послуги з ремонту побутової техніки постійно зростає. Однак, за даними опитування вітчизняних підприємств сфери послуг, проведеного у 2024 р., встановлено тенденцію до зменшення споживчого попиту на дані послуги. З'ясовано, що індикатор ділової впевненості у сфері послуг знизився на 1,8 відсоткових пункти у порівнянні з IV кварталом 2023 року, індикатор ділової впевненості у сфері фінансових послуг знизився на 9,6 відсоткових пункти, досягнувши мінус 3,3%. Опитування вітчизняних підприємств сфери послуг у жовтні-грудні 2023 року показало, що бізнес-ситуація погіршилась у 24%, а попит на послуги знизився на 23%. Визначено чинники, що стримують діяльність підприємств сфери послуг, до яких віднесено: недостатній попит, нестача робочої сили, площ та устаткування, а також фінансові обмеження. З метою забезпечення ефективності діяльності підприємств сфери послуг в сучасному конкурентному середовищі запропоновано використання стратегій конкурентоспроможності, таких як інформаційні, маркетингові та кваліфікаційні. Доведено, що від впровадження інформаційної стратегії підприємство сфери послуг може отримати від 15 до 50% прибутку. Від впровадження інформаційної та маркетингової стратегії може отримати від 15 до 30% прибутку. Зазначено, що у сфері послуг важливо поступово вводити нововведення в структурі вітчизняних підприємств сфери послуг на всіх стратегічних напрямках для підвищення їх конкурентоспроможності.*

*The article examines the state of the home appliance repair market in Ukraine. It has been proven that the market for the provision of home appliance repair services,*

*which is a component of the consumer services market in Ukraine, is quite developed. It has been found that household appliances are an integral part of people's lives that require periodic repair, so the demand for household appliance repair services is constantly growing. However, according to the survey of domestic enterprises in the service sector conducted in 2024, a trend towards a decrease in consumer demand for these services has been established. It was found that the indicator of business confidence in the sphere of services decreased by 1.8 percentage points in comparison with the IV quarter of 2023, the indicator of business confidence in the sphere of financial services decreased by 9.6 percentage points, reaching minus 3.3%. A survey of domestic enterprises in the service sector in October-December 2023 showed that the business situation worsened by 24%, and the demand for services decreased by 23%. Factors restraining the activity of enterprises in the service sector are identified, which include: insufficient demand, lack of labor, space and equipment, as well as financial restrictions. In order to ensure the efficiency of service sector enterprises in the modern competitive environment, the use of competitiveness strategies, such as informational, marketing and qualification strategies, is proposed. It has been proven that from the implementation of an information strategy, a company in the service sector can receive from 15 to 50% of profit. From the implementation of an information and marketing strategy, you can get from 15 to 30% of profit. It is noted that in the service sector it is important to gradually introduce innovations in the structure of domestic enterprises in the service sector in all strategic areas to increase their competitiveness.*

**Ключові слова:** *смарт-економіка, сфера послуг, конкурентоспроможність, сервіс, стратегія, клієнт, ринок.*

**Keywords:** *smart economy, service sector, competitiveness, service, strategy, client, market.*

**Вступ.** У сучасній епосі цифрового прогресу й технологічних інновацій, поняття «смарт-економіка» стає важливим драйвером до впровадження нових тенденцій у світовій економіці. Смарт-економіка – це не лише використання новітніх технологій, але й глибоке перетворення бізнес-процесів та взаємодії між суб'єктами економіки на основі цифрових інструментів та аналізу даних. Вона спрямована на ефективне використання ресурсів, підвищення продуктивності та покращення якості життя [3].

Однією з ключових складових смарт-економіки є зростання значення конкурентоспроможності підприємств. У світлі швидкого розвитку технологій та постійної зміни вимог споживачів, підприємства мають постійно адаптуватися, щоб залишатися конкурентоспроможними на ринку. Конкурентоспроможність вимагає не лише ефективного використання ресурсів, але й постійного удосконалення продуктів, послуг та бізнес-процесів [1].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню проблем підвищення конкурентоспроможності підприємств присвячено праці багатьох вітчизняних науковців, серед яких: Андросова Т. В., Білявський В. М., Бучинська Т. В., Ляшенко О. Ю., Пронько Л. М., Токар К. С., Шепута М. М. та багато інших. Їх праці присвячено проблемам конкурентоспроможності на вітчизняних підприємствах в умовах сьогодення. Однак, проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємств сфери послуг в умовах смарт-економіки і переходу до цифрових технологій потребують подальших поглиблених досліджень.

**Мета дослідження.** Метою наукової статті є дослідження стратегій підвищення конкурентоспроможності підприємств на ринку послуг в умовах смарт-економіки. Це включає аналіз впливу сучасних технологій на бізнес-процеси підприємства, а також розробку стратегій, що базуються на впровадженні інформаційних технологій, розвитку маркетингових стратегій та підвищенні

кваліфікації персоналу. Дослідження також враховує специфіку ринку послуг в Україні та очікуванні зміни попиту і цін у найближчому майбутньому.

**Виклад основних результатів та їх обґрунтування.** Україна має розвинений ринок послуг з ремонту побутової техніки, що становить важливу складову споживчого сектору країни. Попит на такі послуги постійно зростає, оскільки у багатьох сімей обладнання побутової техніки є невід'ємною частиною їхнього побуту. Ринок включає в себе широкий спектр послуг, від ремонту холодильників і пральних машин до ремонту телевізорів і побутової електроніки.

На ринку послуг з ремонту побутової техніки діють як малі майстерні та приватні майстри, так і великі сервісні центри, що представляють відомі бренди. Основні гравці цього ринку володіють конкурентними перевагами, такими як широкий асортимент послуг, досвідчений персонал, використання оригінальних запчастин та швидкість виконання робіт.

Смарт-економіка у сфері послуг з ремонту побутової техніки демонструє тенденції до інтеграції сучасних технологій. Наприклад, це може включати використання програмного забезпечення для діагностики несправностей, віддалене керування процесами ремонту, збір та аналіз даних для покращення сервісу. Більше того, сервісні центри постійно адаптуються до вимог ринку, впроваджуючи сучасні методи обслуговування клієнтів, такі як онлайн-замовлення та мобільні додатки для зручності споживачів [6,13].

За результатами опитування підприємств сфери послуг, проведеного Державною службою статистики України у 2024 році, можна зробити висновок, що попит у сфері послуг, серед яких є і секція S (95: Ремонт комп'ютерів, побутових виробів і предметів особистого вжитку) [7] загалом зменшується (табл. 1).

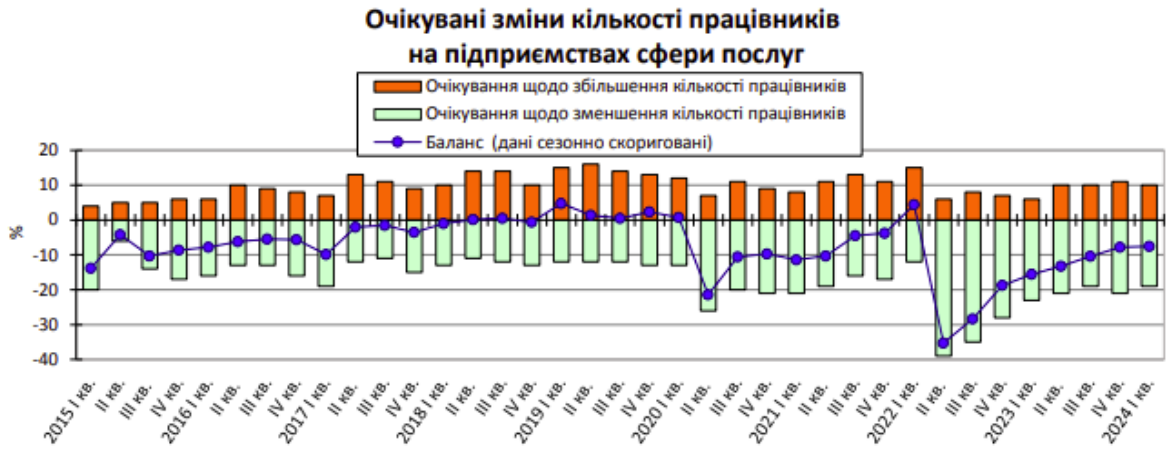
**Таблиця 1. Результати опитування підприємств сфери послуг у січні 2024 року (відсотків до загальної кількості опитаних підприємств)**

Сфера послуг (секції N-N, R, S, крім розділу 94 за КВЕД- 2010)	Результати опитування 784 підприємств						
	<b>Як змінилась бізнес-ситуація за жовтень-грудень 2023р.</b>	поліп- шилась	не змінилась	погіршилась	не відповіли	баланс	Зміна балансу до 4 кв. 2023, в.п
	16	60	24	0	-8	-3	
<b>Як змінилась за жовтень-грудень 2023р.</b>	більше	без змін	менше	не відповіли	баланс	Зміна балансу до 4 кв. 2023, в.п	
Попит на послуги (обсяг реалізації послуг)	20	57	23	0	-3	-2	
Кількість працівників	14	53	33	0	-19	1	
У цей час передбачити майбутній розвиток бізнес- ситуації на підприємстві	легко	досить легко	досить важко	важко	не відповіли	баланс	Зміна балансу до 4 кв. 2023, в.п
	1	2	53	44	0	69	0
<b>Як на вашу думку зміняться в січні- березні 2024р.</b>	більше	без змін	менше	не відповіли	баланс	Зміна балансу до 4 кв. 2023, в.п	
Попит на послуги (обсяг реалізації послуг)	10	61	29	0	-19	-13	
Кількість працівників	10	70	19	1	-9	1	
Ціни на послуги	26	69	5	0	21	3	

*Джерело: складено авторами за [7]*

За результатами дослідження, індикатор ділової впевненості у сфері послуг знизився на 1,8 відсоткових пункти у порівнянні з IV кварталом 2023 року, досягнувши мінус 7,4%. Оцінка попиту на послуги за жовтень-грудень 2023 року становила мінус 5%, а очікування за I квартал 2024 року – мінус 9%. Очікується уповільнення темпів зменшення кількості працівників (рис. 1) та зростання цін на послуги. Основними чинниками, що стримують діяльність підприємств сфери

послуг, залишаються недостатній попит, нестача робочої сили, площ та устаткування, а також фінансові обмеження.



Джерело: складено авторами за [7]

**Рис. 1. Динаміка очікування зміни кількості працівників на підприємствах сфери послуг за період 2015-2024 р.р.**

У сфері фінансових послуг індикатор ділової впевненості (рис. 2) знизився на 9,6 відсоткових пункти, досягнувши мінус 3,3%. Прогнозується збільшення кількості працівників, зниження рівня рентабельності та збільшення капітальних витрат у цій сфері. За результатами опитування 784 підприємств сфери послуг у жовтні-грудні 2023 року бізнес-ситуація покращилась у 16% підприємств, не змінилась у 60%, погіршилась у 24%. Попит на послуги зріс у 20% підприємств, залишився без змін у 57%, знизився у 23%.



Джерело: складено авторами за [7]

**Рис. 2. Динаміка індикатора ділової впевненості у сфері послуг за період 2015-2024 р.р.**

Прогноз на I квартал 2024 року свідчить про подальше зниження попиту на послуги та очікуване зменшення кількості працівників з одночасним зростанням цін на послуги. Підприємства сфери послуг мають справлятися з численними викликами, включаючи фінансові обмеження та нестачу ресурсів, щоб залишатися конкурентоспроможними та адаптуватися до змін на ринку.

Результати опитування показали, що у сфері фінансових послуг у жовтні-грудні 2023 року бізнес-ситуація покращилась у 18% підприємств, не змінилась у 59%, а погіршилась у 23%. Попит на послуги зріс у 25% підприємств, залишився без змін у 52%, а знизився у 22%. Прогноз на I квартал 2024 року вказує на зростання кількості працівників у 18% підприємств, стабільність у 66% та зменшення у 16%. Ціни на послуги зростуть у 13% підприємств, залишаться без змін у 80%, і знизяться у 7%.

Фінансова та страхова діяльність також відчуває певні труднощі, серед яких найбільш стримуючими чинниками є недостатній попит, нестача робочої сили та фінансові обмеження. Незважаючи на це, підприємства у сфері послуг активно впроваджують нові стратегії для підвищення конкурентоспроможності, включаючи використання сучасних технологій та підвищення кваліфікації персоналу. Загальний прогноз за перший квартал 2024 року свідчить про складну ситуацію на ринку послуг, де підприємства змушені адаптуватися до зростаючих цін та змін у попиті, одночасно намагаючись зберегти та підвищити свою конкурентоспроможність через різні стратегічні заходи.

Для пришвидшення динаміки розвитку підприємств сфери послуг з ремонту побутової техніки та підвищення їх конкурентоспроможності, що підкреслює важливість адаптації до сучасних технологічних та економічних тенденцій проаналізуємо стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємств (табл.2).



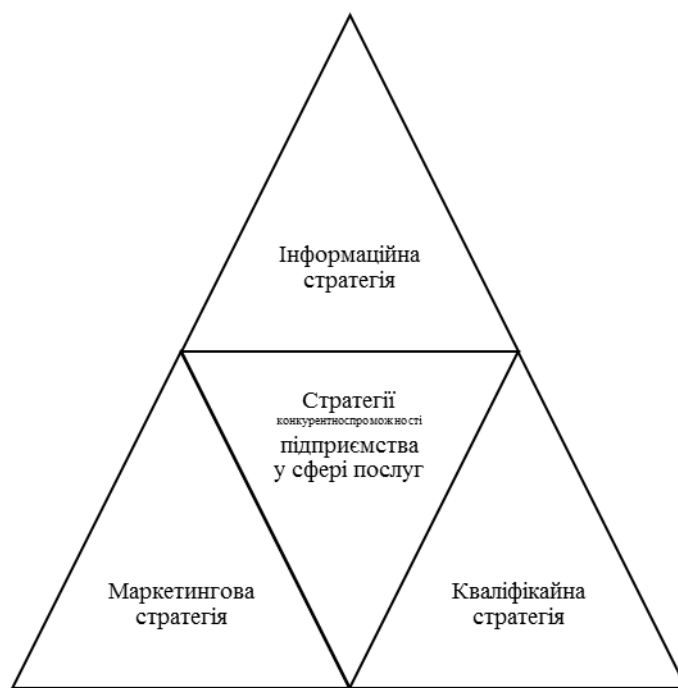
**Таблиця 2. Стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємств у сфері послуг**

Інформаційні	Використання спеціалізованого програмного забезпечення для автоматизації управлінських процесів, включаючи облік запасів, планування робочих графіків та управління клієнтською базою даних.
	Розробка та впровадження онлайн-системи замовлення та обробки послуг, що дозволяє клієнтам швидко та зручно реєструвати свої заявки на ремонт.
	Впровадження системи управління відносинами з клієнтами (CRM) для збереження інформації про клієнтів та історії їх замовлень, що дозволить підвищити рівень обслуговування та збільшити задоволеність клієнтів
Маркетингові	Аналіз ринку та конкурентів для розробки індивідуалізованих маркетингових стратегій, спрямованих на визначення сильних сторін конкурентів та залучення цільової аудиторії.
	Використання інтернет-маркетингу, такого як соціальні медіа та контекстна реклама, для залучення нових клієнтів та підвищення усвідомленості про бренд сервісного центру.
	Розробка та впровадження програм лояльності та акційних пропозицій для стимулювання повторних покупок та збільшення лояльності клієнтів.
Кваліфікаційні	Організація навчальних програм та тренінгів для персоналу з метою підвищення їхніх технічних та професійних навичок.
	Залучення спеціалістів з досвідом роботи у сфері інновацій для впровадження новітніх технологій та методів ремонту.
	Створення стимулюючої робочої атмосфери, що сприяє виявленню та розвитку творчого потенціалу персоналу для пошуку та впровадження інноваційних підходів у роботі.

*Джерело: складено авторами за [5]*

Використання стратегій конкурентоспроможності, таких як інформаційні, маркетингові та кваліфікаційні, є ключовим для забезпечення успішності підприємства в сучасному конкурентному середовищі [4].

В залежності від розміру та інтенсивності впливу чинників зовнішнього та внутрішнього середовища на підприємство, його базова стратегія підвищення конкурентоспроможності може бути удосконалена [8,9], докорінно видозмінена або впроваджена комплексно, що дозволить максимально зменшити ризики для підприємства (рис. 3).



*Джерело: складено авторами*

**Рис. 3. Стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємств у сфері послуг**

Підприємство сфери послуг, впроваджуючи інформаційну стратегію, може отримати найкращий результат: від 15 до 50% прибутку, інформаційна та маркетингова стратегія ж може принести від 15 до 30% прибутку [11]. Враховуючи економічний стан та специфіку сфери послуг важливо поступово вводити нововведення в структурі підприємства сфери послуг на всіх стратегічних напрямках для максимального ефекту. Також керівництву підприємства потрібно визначити найперспективніші напрямки кожної з стратегій або поєднати ці напрями для покращення конкурентоспроможності підприємства на ринку послуг [12].

**Висновки.** Сфера послуг виступає однією з ключових для розвитку смарт-економіки. Споживачі все більше цінують не лише якість продуктів, але і якість наданих послуг. На сучасному етапі сфера послуг в смарт-економіці піддається глибоким трансформаціям через впровадження цифрових технологій, що дозволяє

підприємствам оптимізувати процеси, підвищувати рівень обслуговування та задовольняти зростаючі потреби клієнтів. Запропоновані стратегії підвищення конкурентоспроможності, такі як використання інформаційних технологій, розвиток маркетингових стратегій та підвищення кваліфікації персоналу, є важливими напрямками для забезпечення ефективного функціонування вітчизняних підприємств сфери послуг на ринку. Ці стратегії можуть використовуватися в комплексі та спрямовані на підвищення ефективності та забезпечення високого рівня обслуговування клієнтів, що є вирішальним для збереження конкурентоспроможності підприємств сфери послуг в умовах сучасного бізнес-середовища.

За результатами опитування підприємств зроблено висновок, що індикатор ділової впевненості знизився, що свідчить про уповільнення економічної активності в сфері послуг. Очікується зменшення попиту на послуги та кількості працівників, але зростання цін. Основними стримуючими чинниками є недостатній попит, нестача робочої сили та фінансові обмеження. Незважаючи на ці виклики, вітчизняні підприємства сфери послуг прогнозують зростання капітальних витрат та впроваджують нові стратегії для підвищення рівня конкурентоспроможності.

## Література

1. Андросова Т. В., Ляшенко О. Ю. Конкуренція як економічна категорія ринкового господарювання. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2011. Вип. 1. С. 17-26. URL : [http://nbuv.gov.ua/jpdf/esprstp\\_2011\\_1\\_5.pdf](http://nbuv.gov.ua/jpdf/esprstp_2011_1_5.pdf)
2. Білявський В. М., Шепута М. М. Конкуентоспроможність підприємства як фактор підвищення його інвестиційної привабливості. *Інноваційна економіка*. 2017. № 11.12 (72). С. 129-134.

3. Лойко В. В., Макаровська Т. П. Економіка підприємства: [навч. посібн.] /В.В. Лойко, Т.П. Макаровська. К.: КНУТД, 2015. 267 с.
4. Тесленко Т. В. Інформаційна (цифрова) економіка як чинник конкурентоспроможності в умовах адаптації до змін. *Humanities Studies*. 2021. № 8(85). С 57-67.
5. Пронько Л. М., Токар К. С. Маркетингова стратегія у формуванні конкурентоспроможності підприємства. *Ефективна економіка*. 2022. № 4.
6. Бучинська Т. В. Конкурентоспроможність персоналу як основний чинник підвищення ефективності діяльності підприємства. *Науковий Вісник Ужгородського Національного Університету*. 2016. В. 10, Ч. 1, С.74-77.
7. Очікування підприємств сфери послуг у I кварталі 2024. Електронний ресурс. URL: [https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2024/fin/rp/posl/posl\\_Ikv\\_2024\\_u.pdf](https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2024/fin/rp/posl/posl_Ikv_2024_u.pdf)
8. Економіка підприємства: [Підручник] / За заг. ред. С.Ф. Покропивного. Вид. 2-ге. К.: КНЕУ, 2004. 528 с.
9. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія / за заг. ред.. О.Г. Янкового]. Одеса: Атлант, 2013. 470 с.
10. Драган О. І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти. Монографія. К.: ДАКККіМ, 2006. 160 с.
11. Тарнавська Н. П., Макарова І. І. Нові погляди на сутність конкурентоспроможності підприємств. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2010. № 12. с. 57-66.
12. Саєнко М. Г. Стратегія підприємства: Підручник. Тернопіль: «Економічна думка». 2006. 390 с.
13. Шацька З. Я., Хлисту́н А. А. Якість продукції в умовах smart-економіки. *Електронний журнал «Ефективна економіка»*. 2021. №11. DOI: 10.32702/2307-2105-2021.11.95

## References

1. Androsova, T. V. and Liashenko O. Yu. (2011), “Competition as an economic category of market management”, *Economic strategy and prospects for the development of trade and services*, vol. 1, pp. 17–26, available at: [http://nbuv.gov.ua/jpdf/esprstp\\_2011\\_1\\_5.pdf](http://nbuv.gov.ua/jpdf/esprstp_2011_1_5.pdf) (Accessed 5 Sept 2024).
2. Bilyavskiy, V. M. and Sheputa, M. M. (2017), “Enterprise competitiveness as a factor in increasing its investment attractiveness”, *Innovative economy*, Vol. 11.12 (72), pp. 129–134.
3. Loiko, V. V. and Makarovska, T. P. (2015), *Ekonomika pidpriemstva* [Enterprise economics], KNUTD, Kyiv, Ukraine.
4. Teslenko, T. V. (2021), “Information (digital) economy as a factor of competitiveness in conditions of adaptation to changes”, *Humanities Studies*, Vol. 8(85), pp. 57-67.
5. Pronko, L. M. and Tokar, K. S. (2022), “Marketing strategy in shaping the competitiveness of the enterprise”, *Efficient economy*, Vol. 4.
6. Buchynska, T. V. (2016), “Competitiveness of personnel as the main factor in increasing the efficiency of the enterprise”, *Scientific Bulletin of the Uzhgorod National University*, Vol.10, no. 1, pp. 74-77.
7. State Statistics Service of Ukraine (2024) “Expectations of service sector enterprises in the 1st quarter of 2024”, available at: [https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2024/fin/rp/posl/posl\\_Ikv\\_2024\\_u.pdf](https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2024/fin/rp/posl/posl_Ikv_2024_u.pdf) (Accessed 5 Sept 2024).
8. Pokropyvnyj, S. F. (2024), *Enterprise economics* [Ekonomika pidpriemstva], KNEU, Kyiv, Ukraine.
9. Yankovyj, O. G. (2013), *Konkurentospromozhnist' pidpriemstva: otsinka rivnia ta napriamy pidvyschennia* [Competitiveness of the enterprise: assessment of the level and directions of improvement], Atlant, Odesa, Ukraine.

10. Dragan, O. I. (2006), *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstv: teoretychni aspekty* [Management of enterprise competitiveness: theoretical aspects], DAKKKiM, Kyiv, Ukraine.

11. Tarnavska, N. P., Makarova, I. I. (2010), “New views on the essence of competitiveness of enterprises”, *Formation of market relations in Ukraine*, Vol. 12, pp. 57-66.

12. Sayenko, M. G. (2006), *Stratehiia pidpriemstva* [Enterprise strategy], Economic thought, Ternopil, Kyiv, Ukraine.

13. Shats'ka, Z. Ya., Khlystun, A. A. (2021), “The power of products in the minds of the smart economy”, *Elektronnyj zhurnal Efektyvna ekonomika*, Vol. 11, DOI: 10.32702/2307-2105-2021.11.95

*Стаття надійшла до редакції 05.09.2024 р.*