

Севрюкова-Щаслива Анастасія Павлівна, здобувач вищої освіти

факультету міжнародної економіки та підприємництва

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна

Науковий керівник: Тимошенко Карина Віталіївна, канд. екон. наук,

доцент кафедри підприємництва і торгівлі

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна

ОРГАНІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ПОСЛУГ

Підприємництво у сфері послуг відіграє важливу роль у сучасній економіці, враховуючи постійне зростання попиту на різноманітні послуги. Цей сектор пропонує широкі можливості для творчості та інновацій, а також є джерелом нових робочих місць та економічного зростання [1]. Однак, разом з новими можливостями приходять і виклики, пов'язані з посиленою конкуренцією та потребою в ефективному управлінні ресурсами. У такому контексті організація підприємницької діяльності у сфері послуг стає ключовим аспектом успішної діяльності підприємства.

Ключові аспекти організації підприємницької діяльності у сфері послуг включають кілька важливих етапів, які допомагають підприємству стати успішним та конкурентоспроможним.

Вибір ідеї бізнесу - це перший та один з найважливіших кроків у створенні успішного підприємства у сфері послуг. Цей етап передбачає глибокий аналіз ринку та ідентифікацію потреб споживачів. Дослідження ринку дозволяє зрозуміти, які сегменти ринку мають найбільший попит на послуги, а також виявити можливості для введення нових або покращених послуг. Конкурентний аналіз допомагає з'ясувати, які компанії вже працюють у цій сфері та які переваги та недоліки мають їхні пропозиції. На основі цих даних підприємство формує свою власну ідею бізнесу, визначаючи цільову аудиторію, унікальну пропозицію послуг та стратегію маркетингу.

Після вибору ідеї бізнесу настає час скласти докладний бізнес-план, який є ключовим документом для успішного розвитку підприємства. Цей план включає в себе стратегію розвитку, де детально описані мета і завдання підприємства, шляхи досягнення цих цілей і плани на майбутнє [2]. Особлива увага приділяється аналізу конкурентів, де ретельно вивчаються їхні сильні і слабкі сторони, щоб визначити можливості і загрози для власного бізнесу. Крім того, бізнес-план включає стратегії маркетингу, де описуються методи просування продукції або послуг, а також прогнозування фінансових показників, що дозволяє розрахувати доходи та витрати на перспективу. Аналіз ризиків також важливий компонент бізнес-плану, оскільки дозволяє заздалегідь передбачити можливі проблеми і знайти шляхи їх вирішення. Такий план допомагає підприємству зробити обґрунтовані рішення та привернути інвесторів, необхідних для реалізації задуманих проєктів.

Маркетинг та просування в сфері послуг мають вирішальне значення для привертання та утримання клієнтів, а також підвищення впізнаваності бренду. Ефективна маркетингова стратегія передбачає не лише рекламування продукту чи послуги, але й створення унікального образу бренду, який відрізняє його від конкурентів і робить привабливим для цільової аудиторії [3].

Один з ключових етапів в реалізації маркетингової стратегії - це розробка брендингу. Це означає створення унікальної ідентичності бренду, яка включає в себе назву, логотип, слоган та стиль викладення. Ці елементи повинні передавати цінності та переваги продукту чи послуги та залишатися у пам'яті споживачів.

Реклама виступає ще одним важливим інструментом маркетингової стратегії. Це можуть бути рекламні кампанії в засобах масової інформації, в інтернеті, в соціальних мережах, а також прямий маркетинг, розсилка електронних листів, промо-акції та інші методи просування.

Просування в соціальних мережах стає все більш важливим в сучасному маркетингу. Платформи, такі як Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, надають компаніям можливість спілкуватися зі своєю аудиторією, рекламувати свої продукти чи послуги та отримувати зворотній зв'язок в реальному часі. Використання соціальних мереж також дозволяє створювати спільноти споживачів та підтримувати взаємодію з ними, що сприяє побудові довгострокових відносин з клієнтами.

Управління процесами надання послуг є критичним аспектом успішної діяльності у цій сфері. Цей процес охоплює широкий спектр дій, спрямованих на забезпечення якості та ефективності надання послуг для задоволення потреб клієнтів та збільшення їхньої лояльності.

Спочатку, важливо ретельно розробити процес надання послуг, визначивши послідовність кроків, необхідних для виконання конкретного завдання або обслуговування клієнта. Це може включати в себе встановлення стандартів обслуговування, процедур реєстрації замовлень, обробки платежів, доставки товарів або надання послуг.

Далі важливо забезпечити ефективний контроль якості виконання цих процесів. Це може включати моніторинг якості послуг на кожному етапі, аудит процесів надання послуг, збір зворотного зв'язку від клієнтів та аналіз даних для виявлення можливих покращень.

Нарешті, важливо активно працювати над постійним покращенням процесів надання послуг на основі зібраної інформації та відгуків клієнтів. Це може включати в себе впровадження нових технологій, навчання персоналу, вдосконалення процедур та визначення та реалізацію стратегій підвищення якості обслуговування.

Загалом, ефективне управління процесами надання послуг допомагає забезпечити високу якість обслуговування, задоволення потреб клієнтів та підвищення їхньої лояльності до бренду підприємства.

Отже, аналіз показав, що успішна організація підприємницької діяльності у сфері послуг вимагає комплексного підходу та ретельної підготовки. Відповідно до отриманих результатів, важливо ретельно вивчити потреби ринку та визначити конкурентні переваги перед початком бізнесу. Крім того, важливо розробити детальний бізнес-план, в якому будуть враховані всі аспекти діяльності, включаючи маркетинг, фінанси та управління персоналом.

Маркетингові та просувальні стратегії відіграють ключову роль у привертанні та утриманні клієнтів, тому необхідно активно працювати над їх розробкою та впровадженням. Завершальним етапом ефективної діяльності є управління процесами надання послуг, що передбачає постійне вдосконалення та контроль якості, щоб задовольняти потреби та очікування клієнтів.

Організація підприємницької діяльності у сфері послуг є складним, але дуже

перспективним завданням, яке передбачає системний та цілеспрямований підхід до всіх аспектів бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Підприємництво як чинник розвитку інноваційної моделі економіки України та її регіонів: монографія / під заг. ред. канд. екон. наук, проф. Кривов'язюка І. В.; Луц. нац. техн. ун-т. – Київ: Кондор, 2020. – 169 с.
2. Сатир Л. М. Організація підприємницької діяльності торговельного підприємства на основі удосконалення стратегічної політики розвитку / Л.М. Сатир, В.М. Кепко, А.В. Непочатенко // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2020. - Вип. 4 (115). - С.94-99. doi: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2020-4-17>.
3. Майборода В. М. Управління інноваційним розвитком підприємств сфери послуг. Підприємництво і торгівля, (33), 2022, 49-52. <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2022-33-07>.