

ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та
інформаційних технологій
Кафедра підприємництва і права

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеня вищої освіти магістр

на тему: «Підвищення результативності ведення бізнесу за рахунок формування конкурентних переваг (клінінгові послуги)»

Виконав: здобувач вищої освіти
за освітньою програмою
Підприємництво
спеціальності 076 Підприємництво
та торгівля
ступеня вищої освіти магістр
групи Мамчич Ігор Сергійович
Керівник: Світлична Алла Василівна
Рецензент: Салівон Євгеній Іванович

Полтава – 2024 року

3MICT

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ ТА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ	9
1.1. Сутність та складові результативності ведення бізнесу та формування конкурентних переваг	9
1.2. Особливості конкурентних переваг в бізнесі	16
Висновки до розділу 1	23
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ ЗА РАХУНОК ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ	24
2.1. Організаційно-економічна характеристика об'єкту дослідження	24
2.2. Аналіз результативності ведення бізнесу за рахунок формування конкурентних переваг	33
Висновки до розділу 2	40
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ ЗА РАХУНОК ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ	41
3.1. Заходи щодо підвищення результативності ведення бізнесу за рахунок формування конкурентних переваг	41
3.2. Діджиталізація як чинник підвищення результативності ведення бізнесу за рахунок формування конкурентних переваг	48
Висновки до розділу 3	56
ВИСНОВКИ	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	61

ДОДАТКИ	67
---------------	----

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасних умовах ринку клінінгові послуги набувають все більшої популярності серед бізнесу та приватних клієнтів. Зростаючий попит на професійне прибирання зумовлений збільшенням кількості офісних приміщень, торговельних об'єктів та приватних будинків, а також прагненням клієнтів до економії часу і підвищення рівня комфорту. Однак із розвитком галузі посилюється і конкуренція, що вимагає від клінінгових компаній пошуку нових способів забезпечення ефективності та виділення на тлі конкурентів. Формування унікальних конкурентних переваг стає ключовим чинником підвищення результативності бізнесу.

До основних викликів, які визначають актуальність теми, належать: високий рівень конкуренції в галузі клінінгових послуг; зростання вимог клієнтів до якості, оперативності та екологічності прибирання; необхідність впровадження інновацій у процеси для скорочення витрат і підвищення продуктивності; зміна споживчих трендів, зокрема зростання попиту на екологічний клінінг і персоналізовані послуги. Таким чином, дослідження процесів формування конкурентних переваг у клінінговій сфері є важливим для забезпечення довгострокової стійкості бізнесу, підвищення його прибутковості та задоволення потреб клієнтів. Розробка та впровадження нових стратегій, орієнтованих на якість послуг, ефективність роботи та лояльність клієнтів, дозволить клінінговим компаніям зміцнити свої позиції на ринку.

Питання підвищення результативності ведення бізнесу за рахунок формування конкурентних переваг відображено в наукових роботах численних українських і зарубіжних дослідників, зокрема Портера М., Бондаренко В. М., Гуменюк В. С., Ткачук О.М. Харкова Ю.П., Шаповалова І.В., Сарай Н., Григоруку А., Литвин Л., Касич А. О., Харькова Ж. В. та інших. Аналіз наявних публікацій показує, що, незважаючи на значну кількість досліджень, особливості підвищення результативності ведення бізнесу за рахунок формування конкурентних переваг при наданні клінінгових послуг ще залишаються мало дослідженими.

Зв'язок роботи з науковими темами. Кваліфікаційна робота виконана відповідно до плану науково-дослідної роботи кафедри підприємництва і права Полтавського державного аграрного університету на 2021-2026 рр. за темою: «Якість і безпечність продукції у внутрішній і зовнішній торгівлі та торговельне підприємництво: сучасні вектори розвитку і перспективи» (Державний реєстраційний номер: 0121U110650 від 18.04.2021 р.).

Мета та завдання дослідження. Метою даного кваліфікаційного дослідження є розробка теоретичних основ, методичних підходів і надання практичних рекомендацій щодо підвищення результативності ведення бізнесу за рахунок формування конкурентних переваг (клінінгові послуги).

Відповідно до поставленої мети були вирішені наступні завдання:

- проаналізовано теоретичні аспекти результативності ведення бізнесу та формування конкурентних переваг;
- проведено аналіз результативності ведення бізнесу за рахунок формування конкурентних переваг;
- запропоновано шляхи підвищення результативності ведення бізнесу за рахунок формування конкурентних переваг.

Об'єкт дослідження кваліфікаційної роботи – діяльність клінінгової компанії ФОП м. Полтава, спрямована на підвищення результативності бізнесу шляхом формування та реалізації конкурентних переваг.

Предмет дослідження – процеси, методи та інструменти формування конкурентних переваг, що впливають на підвищення результативності діяльності клінінгової компанії ФОП.

Методи досліджень. Теоретичні методи: аналіз і синтез – для вивчення теоретичних основ конкурентних переваг і їх впливу на результативність бізнесу; індукція і дедукція – для формулювання узагальнень та висновків щодо ефективності впровадження конкурентних стратегій; порівняння – для оцінки конкурентних переваг клінінгових компаній на ринку. Емпіричні методи: опитування і анкетування – для збору даних про сприйняття клієнтами якості послуг та конкурентних переваг; спостереження – для аналізу реальної

діяльності клінінгових компаній і оцінки впроваджених стратегій; експертні оцінки – для визначення ключових чинників, що впливають на формування конкурентних переваг. Кількісні методи: статистичний аналіз – для оцінки динаміки розвитку компаній та результативності впровадження конкурентних переваг; економіко-математичне моделювання – для прогнозування впливу конкурентних стратегій на фінансові показники компанії. Методи порівняльного аналізу: вивчення діяльності клінінгових компаній, які успішно реалізували конкурентні стратегії, і порівняння з менш ефективними компаніями.

Інформаційною базою дослідження є: наукові джерела: монографії, статті, дисертації та інші наукові публікації, присвячені темам конкурентних переваг, результативності бізнесу та розвитку клінінгових послуг; статистичні дані: Звіти Державної служби статистики України, аналітичні дані про стан ринку клінінгових послуг, маркетингові дослідження галузі, податкові декларації клінінгової компанії ФОП за 2019-2023 рр.; практичні матеріали: інформація про діяльність клінінгових компаній, зокрема фінансові звіти, дані про клієнтів, опис послуг та впроваджених технологій; кейс-стаді успішних компаній у сфері клінінгу; нормативно-правова база: законодавчі та регуляторні акти, що регламентують діяльність суб'єктів господарювання в галузі клінінгових послуг; емпіричні дані: результати опитувань клієнтів клінінгових компаній; інтерв'ю з керівниками та працівниками клінінгових підприємств, спостереження та власний аналіз процесів надання клінінгових послуг; Інтернет-ресурси: офіційні сайти клінінгових компаній, онлайн-платформи для порівняння та оцінки послуг, професійні форуми та блоги, присвячені клінінговій індустрії.

Елементи наукової новизни. Основні результати, які автор отримав під час виконання кваліфікаційної роботи, відзначаються науковою новизною і будуть представлені на захисті комісії, включаючи:

набуло подальшого розвитку:

пропозиція з розробки сайту клінінгової компанії, спрямована на

підвищення впізнаваності бренду, залучення клієнтів та автоматизацію процесів замовлення послуг. Необхідні інвестиції в сумі 34,9 тис. грн.

Практична значущість одержаних результатів. Наукові результати, отримані автором кваліфікаційної роботи, були затверджені та застосовуються на практиці в діяльності клінінгової компанії ФОП м. Полтава.

Апробація результатів роботи. Ключові результати досліджень за тематикою роботи узагальнено на II Міжнародній науково-практичній конференції «Стратегічний менеджмент агропродовольчої сфери в умовах глобалізації економіки: безпека, інновації, лідерство» (м. Полтава 27 вересня 2024 р.) та IX Всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції «Управління ресурсним забезпеченням господарської діяльності підприємств реального сектору економіки» (м. Полтава 14 листопада 2024 р.).

Публікації. Базові положення та результати кваліфікаційної роботи надруковано у наукових працях (**додаток А**).

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків і пропозицій, списку використаних джерел та додатків. Основний зміст висловлено на 60 сторінках друкованого тексту. Робота включає 3 рисунки, 22 таблиці і 3 додатки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ ТА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

1.1. Сутність та складові результативності ведення бізнесу за рахунок формування конкурентних переваг

Сутність та складові результативності ведення бізнесу – це здатність компанії досягати своїх стратегічних цілей і забезпечувати стабільний розвиток в умовах мінливого ринкового середовища. Результативність бізнесу характеризується ефективним використанням ресурсів для досягнення максимальних результатів. Сутність поняття «результативність бізнесу» в інтерпретації різних авторів наведено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Визначення поняття «результативності бізнесу»

Автор	Визначення результативності бізнесу	Основні аспекти
1	2	3
П. Друкер [11, с. 64]	Результативність бізнесу – це здатність досягати правильних цілей шляхом ефективного використання ресурсів.	Орієнтація на цілі, ефективне використання ресурсів
Р. Каплан, Д. Нортон [14, с. 78]	Результативність – це досягнення стратегічних цілей за допомогою інтеграції фінансових і нефінансових показників	Баланс фінансових і нефінансових індикаторів; стратегічна орієнтація.
Ф. Тейлор [49, с. 25]	Результативність полягає у максимізації продуктивності працівників і ефективності процесів через стандартизацію.	Продуктивність, стандартизація, підвищення ефективності процесів
М. Портер [41, с. 25]	Результативність бізнесу визначається створенням стійких конкурентних переваг для досягнення успіху на ринку	Конкурентні переваги, довгострокова прибутковість
К. Боумен [7, с. 19]	Результативність – це здатність компанії забезпечувати максимальну цінність для клієнтів при мінімальних витратах	Максимізація цінності для клієнтів, зниження витрат
ISO 9001 (Міжнародний стандарт) [59, с. 15]	Результативність – це міра досягнення запланованих результатів	Досягнення цілей, управління якістю, постійне вдосконалення.

Продовж. табл. 1.1

1	2	3
	у рамках управління якістю організації.	
А. Томпсон і А. Стрікленд [51, с. 125]	Ефективність бізнесу – це здатність компанії задовольняти потреби клієнтів та досягати конкурентних позицій у галузі.	Задоволення потреб клієнтів, конкурентна спроможність
Ф. Котлер [24, с. 68]	Результативність бізнесу полягає в досягненні високого рівня задоволення клієнтів і досягнення стабільного фінансового результату	Орієнтація на клієнтів, фінансова стабільність
Г. Лебедев (вітчизняний автор) [26, с. 18]	Результативність – це комплексний показник, що включає економічну, соціальну та екологічну складові діяльності підприємства	Економічний, соціальний, екологічний аспекти

Джерело: побудовано автором за даними науковців

Результативність бізнесу в інтерпретації різних авторів розкривається як здатність досягати цілей, ефективно використовувати ресурси, створювати конкурентні переваги, задовольняти клієнтів і забезпечувати стабільний розвиток у довгостроковій перспективі.

Результативність ведення бізнесу полягає в здатності підприємства не лише досягати поставлених фінансових та операційних цілей, а й забезпечувати сталий розвиток, що включає високу конкурентоспроможність, інноваційність, соціальну відповідальність та ефективне управління ресурсами. Вона визначається як баланс між досягнутими результатами та витратами на їхнє досягнення [31].

Складові результативності ведення бізнесу:

1. Фінансова результативність:

прибутковість: оцінка доходів та витрат компанії. Це включає прибуток, рентабельність, а також співвідношення витрат і доходів;

кошти та грошові потоки: управління фінансовими потоками для забезпечення безперервної діяльності та розвитку бізнесу;

підвищення капіталізації: зростання вартості підприємства, що може бути досягнуто через прибутковість, збільшення активів і залучення інвестицій.

2. Операційна ефективність:

продуктивність праці: оцінка ефективності використання людських ресурсів. Це включає зниження витрат, підвищення продуктивності та оптимізацію процесів;

керування ресурсами: включає ефективне використання матеріальних, фінансових і людських ресурсів для досягнення максимальних результатів при мінімальних витратах;

3. Стратегічна результативність:

досягнення стратегічних цілей: визначення та реалізація довгострокових цілей, таких як вихід на нові ринки, збільшення частки на ринку, підвищення конкурентоспроможності;

інноваційність та розвиток: важливою складовою є здатність компанії до інновацій, впровадження нових технологій і продуктів, що забезпечує зростання на ринку.

4. Клієнтська результативність:

задоволеність клієнтів: рівень задоволення споживачів якістю продуктів чи послуг. Це безпосередньо впливає на лояльність та репутацію компанії;

репутація на ринку: визначення того, як компанія сприймається споживачами і партнерами, що відображає рівень довіри до бізнесу [31].

5. Соціальна та екологічна результативність:

соціальна відповідальність: включає увагу до потреб суспільства, забезпечення робочих місць, підтримку місцевих громад та розвиток співпраці з соціальними партнерами;

екологічна відповідальність: використання сталих бізнес-практик, що мінімізують негативний вплив на навколишнє середовище.

6. Інтелектуальна результативність:

знання та досвід: оцінка ефективності використання інтелектуальних ресурсів компанії, таких як патенти, ноу-хау, дослідження та розробки;

кваліфікація та розвиток персоналу: підвищення рівня знань і навичок працівників, що сприяє ефективному функціонуванню організації [34, с. 68].

Результативність ведення бізнесу включає різноманітні аспекти, від

фінансових результатів до впливу на соціальне та екологічне середовище. Ключове значення має здатність організації адаптуватися до змін, постійно вдосконалювати свої процеси та стратегії, зберігаючи баланс між вигодами для всіх зацікавлених сторін – від клієнтів і співробітників до інвесторів і громадськості.

Кожен вид бізнесу має свої особливості щодо оцінки результативності. Клінінгові послуги – це професійні послуги з прибирання та утримання чистоти в різноманітних об'єктах, таких як офіси, житлові приміщення, комерційні та промислові об'єкти, а також спеціалізовані послуги для певних ситуацій (наприклад, після ремонту чи після заходів). Ці послуги надаються спеціалізованими компаніями, що мають кваліфікованих працівників та необхідне обладнання для забезпечення високого рівня чистоти та гігієни [43, с. 59].

Узагальнена оцінка результативності бізнесу клінінгових послуг через формування конкурентних переваг може базуватися на ключових показниках, що наведені в табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Показники оцінки результативності бізнесу клінінгових послуг за рахунок формування конкурентних переваг

Показники	Особливості оцінки
1	2
Фінансові показники	
Рентабельність	Відношення прибутку до витрат, що показує ефективність управління витратами та здатність генерувати прибуток
Обсяг продажів	Аналіз динаміки доходів дозволяє оцінити попит на послуги та успішність залучення клієнтів
Середній чек	Сума, яку витрачає клієнт за одне замовлення. Високий середній чек може свідчити про якість послуг або додаткові пропозиції
Операційні показники	
Швидкість виконання замовлень	Час, потрібний для виконання послуги, впливає на задоволеність клієнтів
Коефіцієнт утримання клієнтів	Частка клієнтів, які повторно замовляють послуги. Це показує лояльність до компанії
Завантаженість команди	Відсоток часу співробітників, зайнятих виконанням замовлень, що свідчить про ефективність розподілу ресурсів
Маркетингові показники	

Продовж. табл. 1.2

1	2
Рівень залучення нових клієнтів	Кількість нових клієнтів за певний період, що відображає ефективність рекламних кампаній і пропозицій
Задоволеність клієнтів (NPS)	Індекс лояльності клієнтів, який базується на їх готовності рекомендувати послуги іншим
Впізнаваність бренду	Зростання кількості згадок про компанію, трафіку на сайт або активності в соціальних мережах
Конкурентні переваги	
Унікальні послуги	Наприклад, екологічне прибирання або специфічні види клінінгу (миття фасадів, післяремонтне прибирання)
Технології та автоматизація	Використання сучасного обладнання або онлайн-платформ для замовлення послуг
Цінова політика	Оптимальне співвідношення ціни та якості
Якість обслуговування	
Рівень рекламаций	Кількість скарг клієнтів на послуги. Низький показник демонструє високу якість роботи
Професійний рівень персоналу	Частота тренінгів та сертифікацій, що підвищують кваліфікацію співробітників
Інноваційність	
Впровадження нових послуг	Швидкість адаптації до ринкових тенденцій, наприклад, прибирання після пандемії
Діджиталізація	Використання онлайн-інструментів для управління замовленнями та зв'язку з клієнтами

Джерело: побудовано автором за даними [54]

Використання цих показників допоможе не лише оцінити ефективність бізнесу, а й визначити стратегії для подальшого зміцнення конкурентних переваг.

Таким чином, для того щоб механізми підвищення конкурентних переваг діяли максимально ефективно, підприємству необхідно зосередитися на підходах, які сприятимуть реалізації стратегії розвитку з найменшими витратами та максимальною результативністю. Зупинимося докладніше на підходах до формування конкурентних переваг, які, на нашу думку, є найбільш ефективними, а саме:

- підхід, орієнтований на споживачів;
- підхід, орієнтований на конкурентів;
- ресурсний підхід [60].

Підхід, орієнтований на споживачів, передбачає зосередження уваги компанії на потребах клієнтів і використання методів, що дозволяють

максимально задовольнити індивідуальні запити кожного споживача. Цей підхід тісно пов'язаний із маркетингом, але на практиці він вимагає створення продукції або послуг із високими технічними та споживчими характеристиками, що передбачає досягнення відповідного рівня конкурентних переваг [13].

Маркетинговий підхід до дослідження конкурентних переваг передбачає проведення регулярних маркетингових досліджень, активне впровадження інновацій та реалізацію всіх аспектів продуктової політики, включаючи розробку стратегій товару, ціноутворення, розповсюдження та просування [32, с. 52].

Підхід, орієнтований на конкурентів, полягає у двох основних стратегіях: досягнення лідерства за витратами та використання нестабільності конкурентного середовища. Для досягнення лідерства за витратами потрібна злагоджена робота всіх підрозділів компанії, впровадження ресурсозберігаючих технологій і аналіз витрат конкурентів. Це дозволить знизити витрати та забезпечити довгострокову конкурентоспроможність компанії, використовуючи концепцію «ланцюга вартості» М. Портера [42, с. 45].

Ресурсний підхід є ключовим для формування довгострокових переваг. Сучасні підприємства мають доступ до якісних матеріалів і технологій, однак суттєвими проблемами залишаються фінансові обмеження. Водночас найстійкіші переваги базуються на інтелектуальних та людських ресурсах. Тому розвиток кваліфікації персоналу має стати пріоритетом для українських підприємств [56; 58].

Для забезпечення та утримання конкурентних переваг компанії необхідно:

- реагувати на зміни ринку та зовнішнього середовища;
- розвивати ресурсний потенціал і впроваджувати інновації;
- проводити постійний аналіз ринку та конкурентів;
- використовувати сучасні підходи до підвищення конкурентоспроможності.

Процес управління конкурентними перевагами включає такі етапи:
 розробка стратегії розвитку, яка відповідає сучасним вимогам і спрямована на покращення показників діяльності підприємства;
 дослідження зовнішнього середовища для визначення актуальних конкурентних переваг у галузі;
 систематизація умов і аналіз відставання від конкурентів для формування стратегії подальшого розвитку [54];
 впровадження інструментів і заходів, спрямованих на зміцнення конкурентних переваг через ресурсне забезпечення (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Структурно-логічна схема управління конкурентними перевагами на основі стратегічного та процесного підходів

Джерело: [16, с. 84]

Таким чином, управління конкурентними перевагами є багатоступінчастим процесом, який потребує системного підходу, впровадження сучасних технологій і мобілізації внутрішніх ресурсів для досягнення сталого розвитку підприємства. Під час оцінки, прогнозування та управління конкурентоспроможністю слід враховувати всю низку як внутрішніх, так і зовнішніх факторів, які впливають або можуть вплинути на

процес їх формування. Щодо досягнення конкурентних переваг, то можна виділити три основні підходи: орієнтований на споживачів, орієнтований на конкурентів та традиційний ресурсний підхід.

1.2. Особливості конкурентних переваг в бізнесі

Сучасні підприємства стикаються із мінливими та невизначеними умовами функціонування. Для підвищення результативності ведення бізнесу їм треба бути стратегічно обізнаними і розуміти, як змінюється їх конкурентне середовище. Керівники підприємств змушені активно шукати шляхи для розвитку, використовуючи наявний потенціал та конкурентні переваги. Важливо швидко адаптуватися і вдосконалюватися в усіх аспектах бізнесу, спираючись на розуміння поточних стратегій. Тому питання створення конкурентних переваг є особливо важливими для підприємств, що працюють у сучасній ринковій економіці [52, с. 16].

Конкурентні переваги відіграють ключову роль серед основних концепцій, що вивчаються при аналізі діяльності та розвитку підприємства. Питання формування та досягнення конкурентних переваг є темою досліджень багатьох відомих науковців, таких як М. Портер, О. М. Ткачук, Ю. П. Харкава, В. Бондаренко, І. В. Шаповалова, В. С. Гуменюк та інших. Однак у науковій літературі немає єдиного підходу до визначення цього поняття, що пояснюється як складністю проблеми, так і різноманітням у його трактуванні та оцінюванні.

Портер М. перетворив теорію порівняльних переваг у концепцію конкурентних переваг підприємства. Він зазначив, що результати діяльності компаній залежать від їх конкурентних переваг або відставання порівняно з іншими учасниками ринку. Таким чином, підприємство може обігнати конкурентів лише за умови створення унікальних властивостей продукції чи послуг і їх подальшого збереження [40, с. 64].

Бондаренко В. виділив чинники, що забезпечують конкурентні переваги. Вони можуть бути матеріальними або віртуальними; зовнішніми та внутрішніми; основними або другорядними; спрямованими на покращення якості об'єкта на різних етапах його життєвого циклу, зокрема ресурсозбереження, зниження матеріаломісткості, трудомісткості та енергоємності. Також вони можуть бути стратегічними або тактичними,

технічними, економічними, організаційними, психологічними, природно-кліматичними, спадковими або штучними (набутими). Він трактує конкурентну перевагу як цінність, якою володіє підприємство [6, с. 32].

Сучасні погляди на поняття «конкурентні переваги» наведено в табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Визначення суті поняття «конкурентні переваги»

Автор	Визначення
М. Портер [40, с. 64]	Конкурентні переваги – це сукупність чинників, що визначають успіх або невдачу підприємства у конкуренції, продуктивність використання ресурсів тощо
О. М. Ткачук, Ю. П. Харкава [50, с. 68]	Конкурентна перевага – сукупність матеріальних та нематеріальних активів (ресурсів), організаційних здатностей та ключових компетенцій підприємства, сфер його економічної діяльності й конкурентоспроможних товарів і/або послуг, які забезпечують йому переваги як економічного, так і соціального, технічного тощо характеру у порівнянні з підприємствами-конкурентами на ринку
В. Бондаренко [6, с. 32]	Конкурентна перевага – це цінність, якою володіє система, яка дає їй перевагу перед конкурентами.
І. В. Шаповалова [53, с. 430]	Конкурентна перевага – ступінь відмінності від конкурентів як внутрішнього (за рахунок перевершення конкурентів у управлінському, організаційному, фінансовому, виробничому, маркетинговому й інформаційному аспектах), так й зовнішнього походження, що спрямована на забезпечення стійкої конкурентної позиції на довготривалій період.
В. С. Гуменюк [9]	Конкурентна перевага – це сукупність певних характеристик діяльності господарської одиниці, гнучкість й адаптивність до мінливості зовнішнього середовища, які забезпечують конкретному підприємству перевагу над конкурентами

Джерело: побудовано автором за даними науковців

Отже, конкурентна перевага – це унікальні характеристики або ресурси підприємства, які дозволяють йому випереджати своїх конкурентів на ринку. Вона забезпечує підприємству можливість пропонувати продукти або послуги з більшою цінністю для споживачів: вигідніші ціни, вища якість, інновації, більш ефективне обслуговування чи інші аспекти, які споживачі цінують більше, ніж у конкурентів. Тривале утримання конкурентної переваги є ключем до довгострокового успіху бізнесу.

Підвищення результативності ведення бізнесу за рахунок формування конкурентних переваг передбачає:

аналіз ринку та конкурентів. Глибоке розуміння ринкової кон'юнктури дозволяє виявити ключові тенденції та потреби споживачів є основою для розробки конкурентних стратегій;

інноваційність як основа перевага. Впровадження інновацій у продукти, послуги чи бізнес-процеси дозволяє виділитися серед конкурентів, підвищуючи лояльність клієнтів і знижуючи витрати;

диверсифікація бізнесу. Розширення асортименту товарів чи послуг допомагає знизити ризики та задовольнити більшу кількість потреб споживачів, що підвищує стабільність бізнесу;

персоналізація та клієнтоорієнтованість. Системи взаємодії із клієнтами, врахування їх індивідуальних потреб, дозволяє збільшити задоволеність клієнтів і сформувати стійкі конкурентні переваги;

оптимізація бізнес-процесів. Автоматизація й оптимізація внутрішніх процесів веде до зниження витрат та збільшення ефективності, що дозволяє компаніям працювати з більшою маржинальністю [10];

професійний розвиток співробітників. Інвестиції у навчання і розвиток команди дозволяють підвищити продуктивність працівників, що позитивно впливає на конкурентоспроможність компанії;

ефективне управління ресурсами. Раціональне використання фінансових, людських і матеріальних ресурсів допомагає підвищити результативність бізнесу й забезпечити конкурентну перевагу;

маркетингова стратегія. Використання сучасних маркетингових інструментів, зокрема цифрових платформ, соціальних мереж і контент-маркетингу, дозволяє створити унікальне позиціонування компанії на ринку;

сталий розвиток та екологічна відповідальність. Бренди, що впроваджують принципи сталого розвитку, отримують додаткові конкурентні переваги за рахунок підтримки екологічних тенденцій та підвищення репутації;

стратегічне партнерство. Співпраця з іншими компаніями або постачальниками може створити синергію та зміцнити позиції бізнесу на ринку через спільні проекти або доступ до нових технологій [31].

Але не існує універсальної ідеальної стратегії, яка підходила б кожному підприємству: для різних підрозділів чи категорій товарів та послуг можуть знадобитися різні підходи.

Кожне підприємство повинно самостійно визначити, яка стратегія найкраще відповідатиме його позиції в галузі, цілям, можливостям і ресурсам. Директор має детально проаналізувати свої конкурентні переваги та вибрати найбільш відповідну бізнес-стратегію чи набір стратегій.

Отже, конкурентні переваги підприємства є ключовим чинником його успіху на ринку. Вони визначають здатність підприємства перевершувати своїх конкурентів за рахунок унікальних характеристик (залежно від специфіки діяльності компанії), таких як інновації, ефективність, якість продукції або послуг. Ці переваги можуть бути як внутрішніми (організація виробничих процесів) та зовнішніми (пов'язані з ринковим середовищем); базисними або другорядними; стратегічними або тактичними. Головне для підприємств для забезпечення стійкого успіху – постійно підтримувати та розвивати власні конкурентні переваги [10].

Критерії щодо визначення особливостей конкурентних переваг клінінгових компаній наведені в табл. 1.4.

Таблиця 1.4

Критерії щодо визначення особливостей конкурентних переваг клінінгових компаній

Критерії	Особливостей конкурентних переваг клінінгових компаній
1	2
Висока якість послуг	Професіоналізм персоналу: клінінгові компанії, які пропонують послуги, намагаються наймати досвідчених, кваліфікованих працівників, що забезпечує високу якість прибирання
Сучасні технології та обладнання	Інноваційні засоби для прибирання: використання новітніх екологічно чистих та ефективних миючих засобів, а також сучасного обладнання (наприклад, пилососів, пароочисників, роботів-прибиральників)
Екологічність та безпека	Екологічні засоби для прибирання: клінінгові компанії, що використовують екологічно чисті засоби, приваблюють клієнтів, які піклуються про здоров'я та навколишнє середовище
Конкурентоспроможні ціни	Гнучкість цінових пропозицій: встановлення конкурентоспроможних цін для різних типів послуг, а також

Продовж. табл. 1.4

1	2
	надання різноманітних тарифів для постійних або корпоративних клієнтів
Широкий спектр послуг	Різнманітність пропозицій: клінінгові компанії, що надають широкий спектр послуг, мають перевагу, оскільки можуть задовольнити різні потреби клієнтів — від щоденного прибирання до глибокого очищення після ремонту або організації санітарного очищення в медичних закладах
Чітке та своєчасне виконання замовлень	Гарантія якості та термінів: клієнти дуже цінують своєчасність виконання робіт. Клінінгові компанії, які здатні виконувати замовлення в обумовлені строки та за домовленістю, мають конкурентну перевагу
Відгуки та репутація	Позитивні відгуки клієнтів: хороші відгуки та рекомендації можуть значно підвищити довіру до компанії та залучити нових клієнтів. Репутація на ринку важлива, оскільки в сфері клінінгових послуг часто діє «сарафанне радіо»
Гнучкість у графіку роботи	24/7 обслуговування: можливість надання послуг у будь-який час доби, в тому числі у вихідні та святкові дні, може стати серйозною конкурентною перевагою
Підтримка клієнтів та комунікація	Клієнтська підтримка: клінінгові компанії, що пропонують високий рівень підтримки клієнтів (наприклад, консультації, гаряча лінія), здатні залучати більше замовників, оскільки це створює додатковий комфорт для клієнта

Джерело: узагальнено автором за [22]

Клінінговий бізнес в Україні почав активно розвиватися у 2000-х роках. Наразі ця галузь все ще знаходиться на стадії становлення, розширення клієнтської бази та поступового формування позитивного сприйняття у суспільстві. На ринку клінінгових послуг в Україні можна виділити різні категорії надавачів – від індивідуальних підприємців до великих професійних компаній. Усі вони активно використовують цифрові платформи для просування своїх послуг. Зокрема, за даними OLX, інтерес до категорії «Клінінг» стабільно зростає, що демонструє збільшення зацікавленості користувачів у цій сфері. Цифрові інструменти стають ключовим елементом для ефективного просування та розвитку клінінгового бізнесу в Україні. Наприклад, у розділі «Бізнес та послуги» платформи OLX існує окрема категорія «Клінінг», яка раніше входила до ширшої категорії «Будівництво та ремонт, прибирання». На сьогодні ця категорія нараховує 3232 оголошення, що підкреслює зростання попиту та пропозицій у цьому сегменті [31].

Місто Київ утримує лідерство серед міст України за кількістю активних оголошень та відгуків клієнтів у сфері клінінгу. Водночас у регіонах також спостерігається зростання попиту на ці послуги. Середня вартість клінінгових послуг варіюється залежно від низки факторів, а нові послуги, як-от миття фасадів чи екологічне прибирання, стають дедалі популярнішими.

Ціноутворення в клінінгу залежить від таких аспектів:

розмір приміщення. Чим більша площа, тим вища загальна вартість;

тип послуг. Прибирання після ремонту коштує дорожче, ніж регулярне чи генеральне. Додаткові послуги, зокрема хімчистка, миття посуду чи прасування, також впливають на загальну суму;

складність робіт. Використання спеціального обладнання (наприклад, для промислових приміщень) збільшує витрати;

розташування. У великих містах, де конкуренція та кількість замовлень вищі, ціни зазвичай теж вищі;

ресурси та час. Кількість залученого персоналу й тривалість роботи також враховуються [31].

Кінцева вартість часто визначається під час обговорення деталей із клієнтом, оскільки послуги клінінгу є гнучкими та адаптуються до конкретних потреб.

На платформі OLX виокремлено чотири ключові категорії:

прибирання після ремонту;

генеральне прибирання;

миття вікон;

регулярне прибирання [31].

Цей перелік постійно розширюється відповідно до запитів користувачів. Зокрема, популярності набувають миття фасадів, озонування приміщень та екологічне прибирання з використанням гіпоалергенних сертифікованих засобів і спеціального обладнання. Клінінгові послуги найбільше затребувані для квартир, будинків, офісних приміщень тощо. Сфера клінінгу в Україні перебуває на етапі активного зростання. Наразі попит перевищує пропозицію,

що відкриває значні можливості для створення конкурентоспроможного бізнесу. Крім того, на ринку з'являються нові компанії, які демонструють цікавий підхід до організації своєї роботи, що сприяє розвитку галузі [31]. Прибирання, яке виконує клінінгова служба, суттєво відрізняється від роботи звичайної прибиральниці. Клінінгові компанії самостійно забезпечують себе всіма необхідними засобами та обладнанням для роботи, а також пропонують значно ширший спектр послуг, ніж це може зробити пересічна прибиральниця. У порівнянні з прибиральницею клінінгові компанії мають ряд переваг (табл. 1.5).

Таблиця 1.5

Переваги та недоліки звернення у клінінгову компанію за послугами

Переваги	Недоліки
<p>Кваліфікований персонал. Співробітники клінінгової компанії мають відповідні сертифікати або дипломи, що підтверджують проходження професійних курсів, а також володіють необхідними навичками та знаннями.</p> <p>Гнучкий графік. Роботи виконуються у зручний для клієнта час.</p> <p>Дотримання стандартів. Усі послуги надаються відповідно до встановлених нормативів чистоти приміщень (ГОСТ).</p> <p>Оплата після виконання. Ви сплачуєте за послугу лише після завершення прибирання, що дозволяє впевнитися в її якості.</p> <p>Економія ресурсів. Оптимізація витрат часу та коштів клієнта</p>	<p>Безпека. В умовах високої конкуренції на ринку клінінгових послуг варто обирати лише перевірені та надійні компанії.</p> <p>Непрофесійні виконавці часто надають послуги низької якості.</p> <p>Репутація та якість. Уникання шахраїв гарантує високий рівень виконання робіт.</p> <p>Стереотипи та помилкові уявлення. Деякі люди утримуються від замовлення клінінгових послуг, побоюючись виглядати лінивими в очах інших. Насправді ж звернення до професіоналів демонструє вашу спроможність цінувати свій час і комфорт.</p>

Джерело: побудовано автором за даними [22]

При виборі компанії варто звертати увагу на тривалість її роботи на ринку та стабільність у колективі, зокрема відсутність високої плинності кадрів. Також важливим критерієм є відгуки клієнтів, які вже скористалися послугами цієї компанії. Отже, конкурентна перевага – це особливі характеристики або ресурси компанії, які дають їй змогу перевершити конкурентів на ринку. Вона дозволяє підприємству пропонувати споживачам продукти чи послуги з більшою цінністю: кращими цінами, вищою якістю,

інноваційністю, ефективнішим обслуговуванням чи іншими аспектами, які для споживачів важливіші, ніж у конкурентів.

Висновки до розділу 1

Аналіз теоретичних аспектів результативності ведення бізнесу за рахунок формування конкурентних переваг дав можливість зробити наступні висновки:

1. Встановлено, що результативність ведення бізнесу за рахунок формування конкурентних переваг є важливим аспектом для досягнення стабільного розвитку і успіху на ринку. Цеа вимагає інтеграції різних складових: фінансової, операційної, стратегічної та клієнтської ефективності. Створення конкурентних переваг є основою для досягнення довгострокових цілей бізнесу, таких як зростання частки на ринку, інновації, підвищення лояльності клієнтів та забезпечення фінансової стабільності.

2. З'ясовано, що формування конкурентних переваг передбачає використання різних підходів, зокрема орієнтованих на споживачів, конкурентів та ресурси. Підхід, орієнтований на споживачів, акцентує увагу на задоволенні потреб клієнтів через високу якість послуг або продукції. Підхід, орієнтований на конкурентів, спрямований на досягнення лідерства за витратами або використання нестабільності ринку для отримання конкурентної переваги. Ресурсний підхід зосереджений на розвитку інтелектуальних і людських ресурсів. Таким чином, результативність бізнесу через формування конкурентних переваг забезпечується не лише через ефективне використання ресурсів, а й через здатність компанії адаптуватися до змін, постійно вдосконалювати свої стратегії та створювати цінність для клієнтів. Це дозволяє підприємствам зміцнювати конкурентоспроможність, забезпечуючи стійкий розвиток у динамічному середовищі.

3. Сучасний комерційний клінінг – це набір послуг із забезпечення чистоти та порядку на об'єктах, що обслуговуються, із застосуванням спеціалізованого обладнання та залученням професійно підготовленого персоналу. Основну частину клієнтів клінінгових компаній становлять торгово-розважальні центри. Клінінговий бізнес в Україні, зокрема, активно розвивається, використовуючи сучасні технології та екологічні підходи, що забезпечує йому конкурентоспроможність на ринку.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ ЗА РАХУНОК ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

2.1. Організаційно-економічна характеристика об'єкту дослідження

Фізична особа-підприємець (ФОП) зареєстрована в 2017 р. (додаток Б) та надає послуги з клінінгу (послуги по прибиранню). Розташована в м. Полтава. Клінінгові послуги включають комплексну очистку приміщень, зокрема офіси, житлові будинки, промислові об'єкти та інші види комерційних та приватних приміщень. Діяльність ФОП націлена на задоволення потреб клієнтів у чистоті та порядку, що важливо для їхнього комфорту, здоров'я та безпеки.

Види економічної діяльності ФОП:

81.21 Загальне прибирання будинків.

81.22 Інша діяльність із прибирання будинків і промислових об'єктів.

81.29 Інші види діяльності із прибирання.

Фізична особа-підприємець є платником єдиного податку третьої групи та надає послуги з клінінгу. Підприємець пропонує різноманітні варіанти обслуговування в залежності від потреби клієнта (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Види клінінгових послуг клінінгової компанії ФОП, 2019-2023 рр.

Види клінінгових послуг	Перелік послуг, що входять	Сегменти, %
Професійне прибирання офісних приміщень	Включає щоденне, генеральне, сезонне прибирання, миття вікон та інших поверхонь, прибирання туалетних кімнат	40,0
Клінінг житлових приміщень	Стандартне та генеральне прибирання квартир та будинків	30,0
Прибирання після ремонту	Видалення будівельного сміття, пилу, очищення від залишків будматеріалів	20,0
Універсальний клінінг	Комбіновані послуги для будинків, офісів, промислових об'єктів	5,0
Миття вікон	Зовнішнє та внутрішнє миття вікон та фасадів будівель	5,0

Джерело: побудовано автором за даними ФОП

Отже, компанія надає широкий спектр клінінгових послуг. Клінінгова компанія пропонує різні види прибирання квартир, зокрема:

- експрес-прибирання;
- генеральне прибирання;
- щоденне прибирання;
- прибирання після ремонту чи будівництва;
- прибирання після пожежі або затоплення;
- екологічне прибирання та інші види послуг.

Кожен тип прибирання вимагає індивідуального підходу та використання спеціалізованого інвентарю. Фахівці компанії дотримуються чіткого алгоритму дій, забезпечуючи якісне виконання кожного замовлення.

Генеральне прибирання – один із найтрудомісткіших видів послуг. Воно включає комплексне очищення всіх поверхонь, меблів, сантехніки тощо. У Полтаві генеральне прибирання квартири займає до 8 годин, і до роботи залучаються кілька фахівців, які працюють злагоджено та ефективно.

Список завдань генерального прибирання:

- вологе очищення меблів, зокрема важкодоступних місць;
- видалення пилу з побутової техніки;
- миття вікон, підвіконь, підлоги, стін, труб і плінтусів;
- чистка дзеркальних і скляних поверхонь;
- видалення плям з різних поверхонь;
- очищення світильників і предметів декору від пилу;
- миття кухонної стільниці, дверей і дверних прорізів;
- вологе прибирання порожніх шаф зсередини;
- акуратне розкладання особистих речей;
- збір і виніс сміття.

Цей підхід забезпечує ретельну чистоту та комфорт для клієнтів.

Місія клінінгової компанії: забезпечувати чистоту й комфорт для максимальної кількості людей, створюючи сприятливу атмосферу, яка сприяє покращенню якості життя та розвитку бізнесу клієнтів. Чисте приміщення та

свіже повітря підвищують продуктивність роботи та загальний добробут співробітників.

Клінінгова компанія має сторінку в Instagram.

Фахівці компанії професійно та ретельно усувають забруднення будь-якої складності. Клінінгова компанія надає послуги в Полтавській області, забезпечуючи персонал усім необхідним інвентарем для прибирання квартир і офісів. Спеціалісти привозять із собою миючі засоби, швабри, побутову хімію, драбини, пилососи та інше обладнання. Клієнт лише надає доступ до води та електрики. На місці виклику команда самостійно визначає оптимальні методи очищення. Усіх співробітників перед початком роботи навчають.

Організаційна структура клінінгової компанії ФОП є досить простою. Власник компанії самостійно керує діяльністю, є залучені працівники для виконання основних робіт. Основні складові структури управління наведено на рис. 2.1.

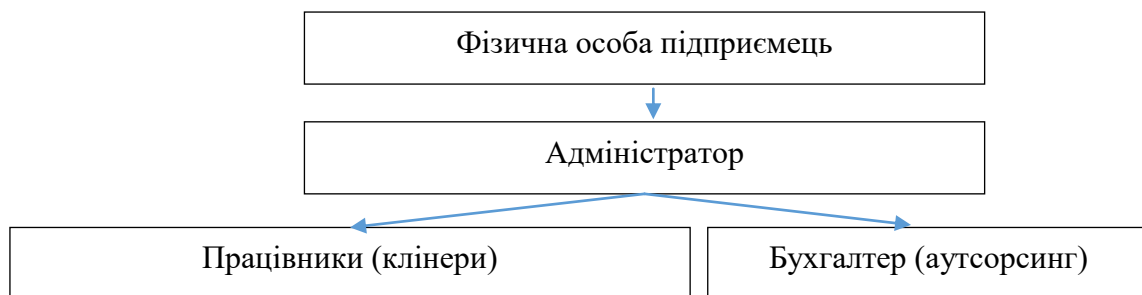


Рис. 2.1. Структура управління клінінгової компанії ФОП, 2019-2023 рр.

Джерело: побудовано автором за даними ФОП

Отже, до складу клінінгової компанії входять: власник клінінгової компанії – безпосередньо відповідає за ведення господарської діяльності, організацію та координацію робіт, управління персоналом, ведення фінансових справ та маркетингову діяльність; адміністратор – особа, яка займається обробкою заявок клієнтів, веденням записів і координацією роботи клінерів; працівники (клінери) – особи, які виконують клінінгові роботи: прибирання,

миття вікон, дезінфекція, організація прибирання після ремонту тощо. Персонал компанії складається з досвідчених і компетентних фахівців, які мають високий рівень професійних знань і необхідні навички.

Кількість працівників клінінгової компанії та витрати на оплату праці наведено в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Кількість найманих працівників клінінгової компанії ФОП та фонд їх оплати праці, 2019-2023 рр.

Показники	Роки					2023 р. до 2019 р., %
	2019	2020	2021	2022	2023	
Кількість найманих працівників – всього, осіб	4	5	5	4	5	125,0
у т. ч. адміністратор	1	1	1	1	1	100,0
працівники (клінери)	3	4	4	3	4	133,3
Фонд оплати праці, тис. грн	870,2	1123,2	1172,4	1226,8	1769,6	в 2 р.б.
Оплата ЄСВ (22,0 %), тис. грн	191,4	247,1	257,9	269,9	389,3	203,4
Податок на доходи фізичних осіб (18,0 %), тис. грн	156,6	202,2	211,0	220,8	318,5	203,4
Військовий збір (1,5 %), тис. грн	13,1	16,8	17,6	18,4	26,5	203,4

Джерело: побудовано автором за даними ФОП

Аналізуючи динаміку основних показників діяльності підприємства, можна зробити такі висновки: загальна кількість працівників збільшилась з 4 осіб у 2019 році до 5 осіб у 2023 році, що становить 25,0 % від початкового рівня. Незважаючи на скорочення працівників у 2022 р., кількість адміністраторів залишилася стабільною (1 особа), що свідчить про збереження управлінської структури. Кількість клінерів зросла на 33,3% (з 3 до 4 осіб).

Фонд оплати праці зріс в 2 рази за аналізований період (з 870,2 тис. грн у 2019 році до 1769,6 тис. грн у 2023 році). Це вказує на поступове підвищення рівня заробітної плати працівників. Сума податку на доходи фізичних осіб та військового збору збільшилася в 2 рази, що є пропорційним до зростання фонду оплати праці. Це свідчить про легальну виплату заробітної плати та

стабільність у виконанні податкових зобов'язань. Збільшення кількості працівників (особливо клінерів) при зростанні фонду оплати праці свідчить про оптимізацію роботи, підвищення продуктивності праці та переорієнтацію на послуги з більшою доданою вартістю. Підприємець демонструє стійкість у своїй діяльності, незважаючи на зменшення кількості персоналу в 2022 р. Зростання фонду оплати праці, податку на доходи фізичних осіб та військового збору свідчить про ефективне управління фінансовими ресурсами та відповідність законодавчим вимогам. Для ефективної роботи клінінгової компанії необхідне професійне обладнання, яке гарантує високу якість послуг і скорочує час прибирання. Інвестиції в техніку є ключовими, особливо якщо мета – надання послуг преміум-класу. Професійне обладнання відрізняється від побутового як своєю потужністю, так і надійністю. Інвестиційні витрати клінінгової компанії ФОП в період відкриття бізнесу (2019 р.) наведено в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Інвестиційні витрати клінінгової компанії ФОП, 2019 р., тис. грн

Стаття витрат	Приблизна вартість
Обладнання для прибирання, всього	199,0
у т. ч. професійні пилососи	80,0
машини для миття підлог	60,0
машина для чищення килимів	25,0
відпарювачі та пароочисники	34,0
Легковий автомобіль	200,0
Форма та засоби захисту для персоналу	20,0
Рекламні витрати	20,0
Всього	439,0

Джерело: побудовано автором за даними ФОП

Закупівля обладнання є однією з основних статей витрат на початковому етапі діяльності. Для професійного прибирання клінінгова компанія використовує:

професійні пилососи пристрої для сухого та вологого прибирання моделей Karcher WD 6 та Numatic (вартість 40,0 тис. грн за одиницю);

машини для миття підлог (30,0 тис. грн). автоматизоване обладнання для

очищення великих площ, таких як офіси, супермаркети чи склади;

машина для чищення килимів: екстрактори для глибокого очищення текстилю та килимів, із ціною від 25,0 грн;

відпарювачі та пароочисники (від 10,0 тис. грн). Використовуються для видалення складних забруднень і дезінфекції.

Цей перелік обладнання забезпечує високий рівень обслуговування та допомагає організувати роботу максимально ефективно.

Для здійснення діяльності ФОП дотримується певних законодавчих вимог, зокрема дотримуються санітарних та екологічних норм щодо використання безпечних для здоров'я та навколишнього середовища клінінгових засобів. В цілому суб'єкт господарювання приділяє особливу увагу послугам екологічного клінінгу, ретельно підходячи до вибору миючих засобів і професійного обладнання. Інноваційні екологічні засоби та клінінгове устаткування наведено в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

**Інноваційне екологічне обладнання та миючі засоби клінінгової компанії
ФОП, 2019-2023 рр.**

Обладнання та миючі засоби	Виробник	Характеристика
Миючі пробіотики	Khata-PRO	До складу очисників входять миючі компоненти та корисні бактерії, які борються не тільки з забрудненнями, але і з шкідливими бактеріями й мікроорганізмами
Лужні очисники	Foam Pol Bio	Очисники використовують для особливо забруднених поверхонь для видалення бруду
МікрОВОЛОКОННІ серветки	Kimberly Clark	Серветки для прибиральних робіт, проявляють якісні характеристики щодо міцності
Пароочишувач (в оренді)	Hoover, Karcher, Gorenje, Portotecnica	Добре очищають тверді підлогові покриття, кахель, скло, дзеркала. Пара під тиском ефективна при боротьбі з бактеріями та мікроорганізмами
Помпова швабра	Drizz	Помпова швабра із системою подачі миючого розчину під тиском
Мопи, які не потребують прання	Avet	Очищення мопу відбувається під час ополіскування його у відрі, при цьому видалається 99,9% бруду

Джерело: побудовано автором за даними ФОП

Отже, у роботі клінери застосовують сучасне інноваційне обладнання та професійні мийні засоби. Усе устаткування сертифіковане, що гарантує відповідність вимогам безпеки та санітарним нормам.

Операційні витрати клінінгової компанії наведено в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Операційні витрати клінінгової компанії ФОП, тис. грн

Показники	Роки					2023 р. до 2019 р., %
	2019	2020	2021	2022	2023	
Хімічні засоби для прибирання, всього	660,0	780,0	828,0	504,0	900,0	136,4
у т. ч. мийні засоби для скла, плитки, паркету та килимових покриттів	363,0	429,0	455,4	277,2	504,0	138,8
засоби для дезінфекції та очищення санвузлів	165,0	195,0	207,0	126,0	243,0	147,3
екологічно безпечні засоби для приватних клієнтів	132,0	156,0	165,6	100,8	153,0	115,9
Набори мікрофібрових ганчірок, щіток, швабр (окремо на кожен об'єкт)	672,0	1260,0	1368,0	780,0	2160,0	321,4
Оренда складу	240,0	240,0	240,0	240,0	252,0	105,0
Оренда автовишки або підйомні платформи (у комплекті з мийним обладнанням), 1,5 тис. грн/год	66,0	216,0	270,0	84,0	270,0	в 4,1 р.б.
Комунальні послуги	120	132	180	120	180	150,0
Витрати на оплату праці	870,2	1123,2	1172,4	1226,8	1769,6	203,4
Транспортні витрати на доставку персоналу та обладнання до місця надання послуг	48,0	120,0	180,0	96,0	183,6	в 3,8 р.б.
Адміністративні витрати (бухгалтерія, ліцензії, страхування тощо)	26,4	30,0	36,0	36,0	38,4	145,5
Всього	2702,6	3901,2	4274,4	3086,8	5753,6	212,9

Джерело: побудовано автором за даними ФОП

Основні витрати 2023 р.: набори ганчірок – 2160,0 тис. грн; витрати на оплату праці співробітників – 1769,7 тис. грн; закупівля клінінгових засобів – 900,0 тис. грн; оренда приміщення для складування обладнання та матеріалів –

252,0 тис. грн; транспортні витрати на доставку персоналу та обладнання до місця надання послуг – 183,6 тис. грн; адміністративні витрати (бухгалтерія, ліцензії, страхування тощо). Оренда автовишки або підйомного платформи (у комплекті з мийним обладнанням). Використовуються для роботи на висотах понад 12 метрів, забезпечуючи безпечний доступ до вікон. Вони незамінні для фасадів офісних будівель і багатоповерхівок. Вартість оренди складає від 1500,0 грн/год залежно від висоти.

Клінінгова компанія кожні півроку купує спеціалізовані засоби для чищення: мийні засоби для скла, плитки, паркету та килимових покриттів; засоби для дезінфекції та очищення санвузлів; екологічно безпечні засоби для приватних клієнтів. Набори мікрофібрових ганчірок, щіток, швабр, які необхідні для щоденної роботи вартістю від 0,5 тис. грн до 5,0 тис. грн на кожен об'єкт.

Компанія на ринку клінінгових послуг повинна забезпечити ефективне управління витратами та доходами для досягнення економічної стабільності та прибутковості.

Основні економічні аспекти наведено в табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Результативність діяльності клінінгової компанії ФОП, 2019-2023 рр.

Показники	Роки					2023 р. до 2019 р., %	Конкурент 1, 2023 р.	Клінінгова компанія до конкурента 1, %
	2019	2020	2021	2022	2023			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Вартість основних засобів,	399,0	399,0	399,0	419,0	409,0	102,5	580,6	70,4
Фондоозброєність, тис. грн	99,8	79,8	79,8	104,8	81,8	82,0	82,9	98,6
Загальна сума доходу, всього, тис. грн	3243,1	4876,5	5556,7	3546,7	7767,4	239,5	8250,6	94,1
у т. ч. плата за надані клінінгові послуги (відповідно до договірних умов)	1945,9	2925,9	3334,0	2128,0	5048,8	259,5	4125,3	122,4

періодичні замовлення на постійне	810,8	1219,1	1555,9	886,7	1786,5	220,3	2887,7	61,9
---	-------	--------	--------	-------	--------	-------	--------	------

Продовж. табл. 2.6

1	2	3	4	5	6	7	8	9
обслуговування (наприклад, щоденне прибирання офісу).								
разові замовлення на генеральне прибирання, миття вікон, очищення після ремонту	486,5	731,5	666,8	532,0	932,1	191,6	1237,6	75,3
Прибуток, тис. грн	540,5	975,3	1282,3	459,9	2013,8	372,6	1407,2	143,1
Єдиний податок (5% доходу), тис. грн	162,2	243,8	277,8	177,3	388,4	239,5	412,53	94,1
Оплата ЄСВ працівників та власника ФОП (22,0 %), тис. грн	197,4	253,1	263,9	275,9	395,3	200,2	474,4	83,3
Прибуток після сплати податків, тис. грн	180,9	478,4	740,6	6,7	1230,1	679,9	520,3	236,4
Рентабельність основних засобів, %	45,3	119,9	185,6	1,6	300,8	x	89,6	x
Рівень рентабельності послуг, %	6,7	12,3	17,3	0,2	21,4	x	7,6	x

Джерело: побудовано автором за даними ФОП

Отже, можна зробити висновок: загальний дохід клінінгової компанії збільшився на 239,5% у порівнянні з 2019 роком, досягнувши 7767,4 тис. грн у 2023 році. Основне зростання відбулося завдяки збільшенню доходів від наданих клінінгових послуг, що склало 5048,8 тис. грн, що на 122,4% більше, ніж у 2019 році. Прибуток компанії зростає, і до 2023 року він склав 2013,8 тис. грн, що на 372,6% більше, ніж у 2019 році. Рентабельність основних засобів досягла 300,8 % у 2023 році, що свідчить про ефективне використання активів. У порівнянні з конкурентами, клінінгова компанія має конкурентні переваги, такі як вищий рівень рентабельності послуг (21,4% у 2023 р.) та більший прибуток, хоча деякі показники вказують на необхідність подальшого зростання ефективності в окремих напрямках. Загалом, клінінгова компанія продемонструвала позитивну динаміку розвитку та зростання доходів і

прибутку, що свідчить про ефективність її діяльності, незважаючи на певні виклики на ринку.

2.2. Аналіз результативності ведення бізнесу за рахунок формування конкурентних переваг

За 2019-2023 рр. ринок клінінгових послуг в Україні демонструє впевнений розвиток. Серед ключових чинників, які сприяють зростанню цього сегмента:

збільшення рівня урбанізації, особливо у мегаполісах, таких як Київ, Львів і Одеса;

зростаюча потреба бізнесу в передачі непрофільних функцій, таких як прибирання, на аутсорсинг;

підвищення обізнаності про важливість чистоти та гігієни в житлових і робочих приміщеннях, що стало особливо актуальним після пандемії COVID-19.

Ринок клінінгових послуг в Україні залишається досить конкурентним, проте ще не досяг точки перенасичення. Особливо перспективними є Полтавська область, де професійні клінінгові компанії поки що представлені в незначній кількості. Ключові гравці на ринку клінінгу в м. Полтава наведені в табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Ключові гравці на ринку клінінгу в м. Полтава, 2023 р.

Клінінгодавець	Кількість	Особливості надання послуг
Великі національні мережі	40	Пропонують широкий спектр послуг і використовують високий рівень автоматизації
Регіональні компанії	420	Зосереджуються на окремих видах послуг, таких як післяремонтне прибирання або чистка килимів
Приватні клінери	7300	самозайняті спеціалісти, які пропонують свої послуги через онлайн-платформи, такі як Kabanchik.ua

Джерело: побудовано автором за даними ФОП

Отже, ринок клінінгових послуг в м. Полтава охоплює три основні категорії гравців, кожна з яких має свої особливості. Великі національні мережі

виділяються універсальністю та високою автоматизацією процесів, що дозволяє їм обслуговувати широку аудиторію. Регіональні компанії спеціалізуються на вузьких напрямках, забезпечуючи якісне виконання конкретних завдань, таких як післяремонтне прибирання. Приватні клінери, що працюють через онлайн-платформи, пропонують гнучкі та персоналізовані послуги, орієнтуючись на індивідуальні потреби клієнтів. Така структура створює конкурентне, але збалансоване середовище, що сприяє задоволенню різноманітних запитів споживачів.

Критерії щодо визначення особливостей конкурентних переваг клінінгових компаній наведені в табл. 2.8.

Таблиця 2.8

Конкурентні переваги клінінгової компанії ФОП, 2019-2023 рр.

Критерії	Особливостей конкурентних переваг клінінгової компанії
Висока якість послуг	Досвідчені, кваліфіковані працівники, що забезпечує високу якість прибирання. Участь персоналу в курсах з новітніх методів прибирання, безпечних технологій (виставка та участь в Business-Forum PROCleaning). Використання професійного обладнання. Позитивні відгуки в Instagram. Індивідуальний підхід до кожного клієнта
Сучасні технології та обладнання	Використання новітніх екологічно чистих та ефективних миючих засобів та сучасного обладнання. Застосування спеціалізованих інструментів і техніки для швидкого та якісного виконання робіт (миття вікон на великих висотах, очищення фасадів будівель)
Екологічність та безпека	Застосування безпечних для здоров'я засобів та технологій дозволяє уникнути потенційних ризиків для людей та довкілля, що цінують клієнти
Конкурентоспроможні ціни	Встановлення конкурентоспроможних цін, гнучкі тарифи для постійних клієнтів
Широкий спектр послуг	Надають широкий спектр послуг – від щоденного прибирання до глибокого очищення після ремонту, організація санітарного очищення. Послуги з очищення ковровіну, миття фасадів будівель, хімчистка меблів. Це робить компанію більш універсальною
Чітке та своєчасне виконання замовлень	Виконання замовлень в обумовлені строки. Компанія дотримується стандартів прибирання, що відповідають міжнародним вимогам (ISO) та демонструє професіоналізм і надійність
Відгуки та репутація	Позитивні відгуки клієнтів в Instagram та «Свій до свого по своє»
Гнучкість у графіку роботи	Пропонування послуг, в робочий час, що підходять як для компаній, так і для приватних клієнтів
Підтримка клієнтів та комунікація	Клієнтська підтримка: високий рівень підтримки клієнтів (консультації по телефону, чат в Instagram), що створює додатковий комфорт для клієнта

Джерело: побудовано автором за даними ФОП

Отжн, конкурентні переваги клінінгової компанії базуються на якості послуг, інноваційних технологіях, ціновій гнучкості, екологічних підходах та широкому спектрі послуг. Здатність адаптуватися до потреб клієнтів, високий рівень професіоналізму і своєчасність виконання замовлень дозволяють компанії бути успішною та конкурентоспроможною на ринку клінінгових послуг.

Середня вартість послуг клінінгу досліджуваного ФОП, конкурентів в м. Полтава та середньому по Україні наведено в табл. 2.9.

Таблиця 2.9

Середня вартість послуг клінінгу, 2023 р., грн за м²

Показники	Роки				ФОП до середнього по Україні, %
	ФОП	ФОП конкурент 1	ФОП конкурент 2	В середньому по Україні	
Офісне прибирання	38,0	42,0	35,0	43,0	88,4
Разове прибирання квартири	45,0	60,0	40,0	60,0	75,0
Післябудівельний клінінг	65,0	80,0	50,0	65,0	100,0

Джерело: побудовано автором за даними ФОП та [10]

Аналіз середньої вартості клінінгових послуг в у 2023 році показує наступні тенденції:

офісне прибирання: середня ціна по країні становить 43 грн/м². ФОП та його конкуренти пропонують послуги в межах від 35 до 42 грн/м², що в середньому на 11,6% нижче середньоринкового показника.

прибирання квартири: середній тариф по Україні – 60 грн. Ціни ФОП та конкурентів варіюються від 45 до 60 грн, а вартість послуг ФОП становить 75 % від середньої;

післябудівельний клінінг: вартість послуг у ФОП та одного з конкурентів відповідає середньому рівню в Україні (65 грн/м²), тоді як мінімальна пропозиція на ринку складає 50 грн/м².

При цьому, конкурент 2 демпінгує ціни, а кокурент 1 має переваги за

рахунок високої якості клінінгових робіт та дороговартісного обладнання і миючих засобів. Для порівняння по інших критеріях приймемо до уваги клінінгову компанію конкурента № 1, адже вона надає якісні послуги.

Отже, послуги ФОП в середньому коштують дещо дешевше за ринковий рівень, що може бути його конкурентною перевагою, особливо для чутливих до ціни клієнтів.

Проаналізуємо вартість послуг клінінгової компанії ФОП по прибиранню квартири в табл. 2.10.

Таблиця 2.10

**Вартість послуг клінінгової компанії ФОП по прибиранню квартир,
будинків або нежитлових приміщень, 2023 р., грн за м²**

Критерії прибирання	Прибирання	
	квартир	квартир після ремонту
Прибирання квартир, будинків або нежитлових приміщень після ремонту або генеральне прибирання	45,0	50,0
разове комплексне прибирання: до 50 м ²	40,0	50,0
від 50 до 200 м ²	35,0	40,0
від 200 до 500 м ²	За договором	За договором
Разове комплексне прибирання будь-якої кімнати або елемента інтер'єру (кухні, ванної, миття люстр або натяжних стель тощо)	від 1000,0	від 1200,0

Джерело: побудовано автором за даними ФОП

Аналіз цін клінінгової компанії ФОП на прибирання квартир у 2023 р. вказує на гнучкість у ціноутворенні залежно від типу послуг та площі приміщення: генеральне прибирання та прибирання після ремонту: ціни становлять 45 грн/м² та 50 грн/м² відповідно, що свідчить про невелику різницю між цими послугами.

Разове комплексне прибирання:

для невеликих площ до 50 м² ціна становить 40,0 грн/м² (звичайне) та 50,0 грн/м² (після ремонту);

для середніх площ (50-200 м²) тарифи знижуються до 35-40,0 грн/м² залежно від виду прибирання;

для великих приміщень (200-500 м²) ціна обговорюється індивідуально, що дає можливість гнучко реагувати на обсяги роботи.

Прибирання окремих кімнат або елементів інтер'єру: ціна починається від 1000 грн для звичайного прибирання та від 1200,0 грн для прибирання після ремонту. Отже, Ціноутворення ФОП демонструє конкурентність у сегменті малих та середніх площ, а також гнучкість для великих об'єктів. Спеціалізовані послуги, як прибирання окремих елементів, позиціонуються як преміальний сегмент із відповідними цінами.

Вартість послуг клінінгової компанії ФОП по миттю вікон, вітрин, офісів наведено в табл. 2.11.

Таблиця 2.11

**Вартість послуг клінінгової компанії ФОП по миттю вікон, вітрин, офісів,
2023 р., грн за м²**

Критерії прибирання	Вартість
Миття вікон, балконів (рами, скла, гумки, підвіконня, водостічні жолоби):	
з внутрішньої сторони	від 20,0
з зовнішньої сторони	від 20,0
Миття рекламних вивісок висотою:	
до 3-х метрів	від 30,0
більше 3-х метрів	від 40,0

Джерело: побудовано автором за даними ФОП

Отже, ціни визначаються залежно від складності робіт і висоти доступу до об'єктів.

Конкурентні переваги клінінгової компанії:

понад 7 років досвіду та успішне завершення понад 3000 об'єктів;

гнучкий графік – можливість приїзду у зручний для клієнта час;

використання безпечної професійної хімії;

швидке та ефективно виконання робіт;

глибокі знання особливостей догляду за делікатними поверхнями та матеріалами; високий професіоналізм у роботі зі складними забрудненнями;

гарантована відповідальність за якість виконаних послуг.

Отже, ринок клінінгових послуг є конкурентним, оскільки багато малих та середніх підприємств надають подібні послуги. Проте, наявність індивідуальних підходів, високої якості обслуговування та гнучких умов співпраці дозволяє виділитися на фоні інших операторів. Успішна діяльність ФОП у сфері клінінгових послуг потребує постійного вдосконалення, орієнтації на потреби клієнтів та ефективного використання ресурсів. Узагальнена оцінка результативності бізнесу клінінгових послуг через формування конкурентних переваг може базуватися на ключових показниках, що наведені в табл. 1.12.

Таблиця 1.12

**Показники оцінки результативності бізнесу клінінгових послуг через
формування конкурентних переваг клінінгової компанії ФОП,
2019-2023 рр.**

Показники	Роки					2023 р. до 2019 р., %	Конкурент 1, 2023 р.	Клінінгова компанія до конкурента 1, %
	2019	2020	2021	2022	2023			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Фінансові показники								
Рентабельність послуг, %	6,7	12,3	17,3	0,2	21,4	14,7	7,6	281,2
Загальна сума доходу, тис. грн	3243,1	4876,5	5556,7	3546,7	7767,4	4524,3	8250,6	94,1
Середній чек, тис. грн	9,7	11,6	12,2	11,4	14,4	4,7	16,5	87,3
Кількість замовлень	336	420	456	312	540	204,0	501	107,8
2. Операційні показники								
Швидкість виконання замовлень, год	4	4	3	3	4	0,0	4	100,0
Коефіцієнт утримання клієнтів, %	50,0	58,5	61,2	58,3	62,3	12,3	75,3	82,7
Завантаженість команди	35,0	77,5	85,9	32,0	87,0	52,0	85,3	102,0
3. Маркетингові показники								
Рівень залучення нових клієнтів, %	5,0	11,3	14,3	7,0	15,3	10,3	16,8	91,1
Задоволеність клієнтів (NPS), %	75	85	78,6	75,2	81,3	6,3	85,2	95,4

Впізнаваність бренду, %	20,0	35,0	35,6	38,6	42,8	22,8	50,2	85,3
4. Конкурентні переваги								
Унікальні послуги	+	+	+	+	+	x	+	x
Технології та автоматизація	+	+	+	+	+	x	+	x
5. Якість обслуговування								
Рівень реклаमाцій, шт.	0	1	1	0	0	x	0	x
Професійний рівень персоналу	0	1	1	0	2	x	2	100,0

Продовж. табл. 1.12

1	2	3	4	5	6	7	8	9
6. Інноваційність								
Впровадження нових послуг	+	+	+	+	+	x	+	x
Діджиталізація	+	+	+	+	+	x	+	x

Джерело: побудовано автором за даними ФОП

Отже, клінінгова компанія ФОП є конкурентоспроможною. У 2023 році рентабельність послуг склала 21,4%, що на 14,7% більше, ніж у 2019 році (6,7%). Вона перевищує показник конкурента (7,6%) у 2,8 рази, що свідчить про ефективне управління витратами та прибутковість. Загальна сума доходу збільшилася на 4524,3 тис. грн (139,5%) до 7767,4 тис. грн у 2023 році. Компанія досягла 94,1% від доходу конкурента (8250,6 тис. грн). У 2023 році кількість замовлень зросла на 60,7 % (з 336 до 540), що перевищує показник конкурента (501 замовлення) на 7,8 %. Середній чек збільшився на 48,5 % (з 9,7 грн до 14,4 грн). Однак цей показник становить 87,3% від середнього чеку конкурента (16,5 грн), що демонструє необхідність оптимізації цінової політики.

Коефіцієнт утримання клієнтів зріс на 12,3% (з 50,0% у 2019 році до 62,3% у 2023 році). Проте він на 17,3% менший, ніж у конкурента (75,3%), що є напрямком для вдосконалення. Зростання впізнаваності бренду на 22,8% (з 20,0 % у 2019 році до 42,8% у 2023 році) є суттєвим досягненням, що підтверджує позитивний вплив маркетингових зусиль. У 2023 році завантаженість команди склала 87,0 %, що на 2,0 % більше, ніж у конкурента

(85,3%) та демонструє ефективний розподіл роботи. Рівень рекламаций у 2023 році становить 0 скарг, що відповідає високим стандартам якості.

Клінінгова компанія ФОП демонструє високу конкурентоспроможність завдяки значному зростанню фінансових показників, поліпшенню утримання клієнтів і підвищенню впізнаваності бренду. Для подальшого зміцнення позицій необхідно працювати над збільшенням середнього чеку та підвищенням лояльності клієнтів до рівня основного конкурента.

Висновки до розділу 2

Аналіз результативності ведення бізнесу за рахунок формування конкурентних переваг клінінгової компанії ФОП показав:

1. Встановлено, що ФОП із клінінгових послуг у м. Полтаві демонструє позитивну динаміку розвитку: кількість працівників зросла з 4 до 5 осіб (на 25%). Число клінерів збільшилося на 33,3% (з 3 до 4); фонд оплати праці збільшився вдвічі – з 870,2 тис. грн у 2019 р. до 1 769,6 тис. грн у 2023 р.; операційні витрати виросли на 112,9% – із 2 702,6 тис. грн у 2019 р. до 5 753,6 тис. грн у 2023 р.; закупівля хімічних засобів зросла на 36,4% – із 660,0 тис. грн до 900,0 тис. грн. Основні витрати найбільшими є витрати на ганчірки та обладнання (2160,0 тис. грн) і заробітну плату (1769,6 тис. грн). Підвищення інвестицій у професійне обладнання (439,0 тис. грн) забезпечує якість послуг.

2. Проведений аналіз показав, що клінінгова компанія ФОП демонструє високу конкурентоспроможність: середній чек зріс на 48,5% (з 9,7 тис. грн до 14,4 тис. грн), проте він становить 87,3% від середнього чеку конкурента (16,5 тис. грн). Це свідчить про необхідність оптимізації ціноутворення. Коефіцієнт утримання клієнтів у 2023 році досяг 62,3% (+12,3% до 2019 р.), але він нижчий за показник конкурента (75,3%) на 17,3%. Завантаженість команди склала 87%, що перевищує конкурента (85,3%). Маркетингові досягнення показують, що впізнаваність бренду зросла на 22,8% (з 20% у 2019 р. до 42,8% у 2023 р.), досягнувши 85,3% від рівня конкурента (50,2%). Рівень задоволеності клієнтів (NPS) склав 81,3% (+6,3% до 2019 р.). Якість обслуговування є високою: рівень реклаमाцій дорівнює 0, що підтверджує високі стандарти якості. Компанія активно впроваджує нові послуги та автоматизацію процесів, використовуючи сучасне обладнання та екологічно чисті засоби для прибирання.

3. Клінінгова компанія ФОП демонструє динамічне зростання фінансових та операційних показників, що забезпечує її конкурентоспроможність на ринку. Для подальшого зміцнення позицій варто зосередитися на підвищенні

середнього чеку, збільшенні коефіцієнта утримання клієнтів та оптимізації маркетингових зусиль.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ ЗА РАХУНОК ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

3.1. Заходи щодо підвищення результативності ведення бізнесу за рахунок формування конкурентних переваг

Завдяки зростаючій урбанізації та попиту на аутсорсингові послуги, ринок клінінгу в Україні має всі передумови для подальшого розвитку. Очікується, що у найближчі 3-5 років ріст цього сектору сягне 10-15,0 %, особливо у сегменті спеціалізованих послуг, таких як прибирання після будівництва та дезінфекція приміщень. Зростання попиту на клінінгові послуги в м. Полтава буде зумовлено кількома факторами:

активне будівництво та зростання площ, що вводяться в експлуатацію (як житлових, так і комерційних), що пов'язано зі збільшенням кількості внутрішньо переміщених осіб, розширить потенційну клієнтську базу. Зокрема, збільшиться кількість торгових та бізнес-центрів, а також новобудов, мешканці яких звертатимуться за послугами прибирання після ремонту;

попит підтримуватимуть компанії, які обиратимуть аутсорсинг клінінгових послуг замість найму штатних прибиральників;

швидкий темп сучасного життя іноді не дозволяє людям знайти час для якісного прибирання вдома, тому вони все частіше звертатимуться до спеціалізованих клінінгових компаній;

зростатиме усвідомлення важливості професійного догляду за приміщеннями. Клінінгові компанії використовують сучасне обладнання та ретельно підбирають засоби для чищення, що дозволяє значно зменшити час, необхідний для виконання прибирання.

Розробка чіткої стратегії для клінінгової компанії ФОП (до 2023 р.

стратегічним плануванням ФОП не займалася) дозволить знизити витрати, збільшити ефективність роботи, покращити якість послуг і вивести компанію на нові ринки. Це не лише забезпечить підвищення конкурентоспроможності, але й дозволить створити стійку репутацію на ринку, що в майбутньому приведе до зростання прибутковості та успіху на конкурентному ринку клінінгових послуг (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Стратегія розвитку клінінгової компанії ФОП, 2025-2029 рр.

Цілі	Проекти	Рік	Вартість, тис. грн
Екологічне прибирання	Використання екологічно чистих засобів для прибирання	2025-2029	2500,0
	Придбання висотних мийних апаратів з системою очищення води. Використовують технологію осмотичної води, яка не залишає розводів на склі. Апарати можуть подавати воду через телескопічні штанги. Переваги: забезпечують якісний результат без використання хімії.	2026	285,0
Використання інноваційних технологій для прибирання	Прибирання за допомогою роботів-прибиральників, автоматизована система прибирання	2025	50,0
	Онлайн-замовлення послуг через веб-сайт, що спростить процес комунікації з клієнтами	2025	34,9
	Тренінги для персоналу	2025-2029	40,0
Виділитися на ринку	Пропонувати комплексні послуги, зокрема: регулярне прибирання офісів з можливістю генерального клінінгу раз на кілька місяців; комплексне обслуговування багатоповерхових будинків (прибирання місць загального користування, миття вікон, дезінфекція під'їздів); розширення спектру послуг через надання додаткових сервісів, таких як прання килимів чи обробка приміщень від шкідників; співпраця з ремонтними бригадами для надання післяремонтного прибирання; організація санітарного очищення в медичних закладах. Комплекс маркетингових послуг (акції, бунуси постійним клієнтам), можливість надавати послуги 24/7. Просування клінінгу в Yelp. Ведення блогу	2025-2029	500,0
Розширення географії присутності клінінгової	Вихід на нові ринки (Харківська та Сумська області), розширення географії обслуговування	2026	120,0
	Збільшення кількості працівників для обслуговування більшої кількості клієнтів до	2025	252,0

компанії	6 осіб		
----------	--------	--	--

Джерело: пропозиції автора

Стратегія розвитку клінінгової компанії орієнтована на інноваційні технології, екологічність та розширення спектру послуг, що дозволяє зберігати конкурентоспроможність на ринку та задовольняти потреби сучасних клієнтів.

Екологічне прибирання та інновації:

використання екологічно чистих засобів для прибирання (2025-2029 роки) відображає відповідальність компанії за довкілля та здоров'я клієнтів. Це дозволить задовольнити зростаючий попит на екологічні послуги.

придбання висотних мийних апаратів з осмотичною технологією води (2026 рік) та використання роботів-прибиральників для автоматизації процесів (2025 рік) є значними кроками до покращення якості послуг і зниження витрат на робочу силу.

Інноваційні технології для комунікації з клієнтами:

введення онлайн-замовлення послуг через сайт (2025 рік) полегшить взаємодію з клієнтами, що дозволить швидше обробляти запити та залучати нових клієнтів.

Розширення спектру послуг та партнерств:

пропозиція комплексних послуг, таких як обслуговування офісів, багатоквартирних будинків та післяремонтне прибирання, а також надання додаткових сервісів (прання килимів, обробка приміщень від шкідників) дозволить компанії диференціюватися на ринку та залучити більше клієнтів з різних сегментів;

співпраця з ремонтними бригадами і надання санітарного очищення в медичних закладах (2025-2029 роки) зміцнить позиції компанії на ринку спеціалізованих клінінгових послуг.

Розширення географії та людських ресурсів:

вихід на нові ринки, зокрема на Харківську та Сумську області (2026 рік), дозволить компанії значно збільшити обсяг обслуговуваних клієнтів;

збільшення кількості працівників до 6 осіб (2025 рік) допоможе забезпечити високий рівень обслуговування на нових ринках і підвищити

ефективність роботи компанії.

Стратегія компанії орієнтована на довгостроковий розвиток, зосереджена на екологічних інноваціях, автоматизації процесів і розширенні асортименту послуг. Впровадження новітніх технологій, розширення географії та розвитку додаткових послуг дозволить компанії не тільки задовольнити поточні потреби клієнтів, але й створити нові можливості для залучення нових замовників. Вона має великі перспективи для зростання, завдяки чому зможе зміцнити свої позиції на ринку клінінгових послуг. Комплекс маркетингових стратегій включає різні заходи. Для залучення клієнтів та збільшення попиту на клінінгові послуги, ФОП використовує різні маркетингові стратегії:

інтернет-просування – створення веб-сайту, активність у соціальних мережах, контекстна реклама. Можливість замовити послугу онлайн через сайт, а також отримати консультацію або цінову пропозицію через інтернет, спрощує процес для клієнтів. Створення сайту, дозволить потенційному клієнтові самостійно вивчити перелік послуг і прайс-лист – цей канал може залучити як корпоративних, так і приватних клієнтів.

рекомендації та відгуки – використання позитивних відгуків клієнтів для залучення нових замовників.

спеціальні пропозиції та знижки – сезонні акції, знижки для нових клієнтів або постійних замовників. Створення програм лояльності для постійних клієнтів (наприклад, знижки на наступні послуги) допоможе утримувати клієнтів на довгий термін;

партнерства – співпраця з агентствами нерухомості, будівельними компаніями, офісними центрами;

пропонуємо обслуговувати клієнтів 24/7: можливість надання послуг у будь-який час доби, в тому числі у вихідні та святкові дні, може стати серйозною конкурентною перевагою. Пропонування послуг, що підходять як для компаній, так і для приватних клієнтів, дозволяє розширювати цільову аудиторію.

прямий маркетинг буде ефективний у корпоративному сегменті. Для

реклами потрібно підготувати роздавальний матеріал. Також можна провести холодний обдзвін потенційних клієнтів або розіслати комерційну пропозицію;

реклама в ЗМІ орієнтована на приватних клієнтів. Рекламу можна розмістити в інтернеті або запуснути короткий ролик у ЗМІ;

пропонуємо просування клінінгу в Yelp.

Значення обладнання для конкурентоспроможності клінінгової компанії ФОП є величезним. У 2025 р. пропонуємо придбати робота-пилососа. Зазвичай клінінгова компанія ФОП платить зарплату працівнику для прибирання площі, яку може обробити робот. У середньому заробітна плата клінера складає 21,0 тис. грн на місяць. Робот може працювати на тих самих площах, але за менший час, заощаджуючи не лише на оплаті праці, а й на витратах на обслуговування (якщо порівняти з роботою працівника на весь день). Потенційна економія за рахунок робота наведена в табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Потенційна економія клінінгової компанії за рахунок робота придбання робота-клінера, 2025 р.

Показник	Працівник	Робот-прибиральник	Економія
Час для прибирання квартири площею 105 м ² , год	12,0	8,0	-4,0
Економія часу за місяць (за умови прибирання 15 квартир), год	180,0	120,0	-60,0
Витрати (заробітна плата/ електроенергія і обслуговування), грн	21,0	8,5	-12,5

Джерело: авторські розрахунки

Термін служби робота становить 5 років. Середньорічне обслуговування робота (чистка, заміна фільтрів, акумуляторів тощо) може складати близько 2,0 тис. грн на рік. Враховуючи показники, надані для порівняння роботи традиційного працівника та роботи робота-клінера, можна зробити наступні висновки:

часова економія: прибирання квартири площею 105 м² займає на 4 години менше за допомогою робота-клінера (8 годин замість 12). Це дозволяє компанії

збільшити ефективність, скоротивши час на обслуговування клієнтів;

економія часу за місяць: якщо робот-клінер буде використовуватися для прибирання 15 квартир на місяць, економія часу складе 60 годин. Це дасть змогу зекономити значну кількість ресурсів, що може бути використана для обслуговування додаткових клієнтів або зменшення витрат на оплату праці;

фінансова економія: витрати на роботу робота-клінера (електроенергія та обслуговування) складають 8,5 грн на годину, що на 12,5 грн менше, ніж витрати на заробітну плату працівника (21,0 грн на годину). Це призводить до суттєвої економії витрат на обслуговування кожної квартири.

Отже, придбання робота-клінера дозволяє значно зменшити витрати на оплату праці та електроенергію, а також збільшити ефективність і продуктивність. За умови прибирання 15 квартир на місяць, економія часу та фінансових ресурсів буде значною, що сприятиме підвищенню економічної ефективності клінінгової компанії ФОП.

До 2023 р. клінінгова компанія ФОП орендувала спеціальну техніку для миття вікон на висоті. У 2026 році пропонуємо придбати висотні мийні апарати з системою очищення води. Переваги наведені в табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Переваги придбання висотних мийних апаратів з системою очищення води для клінінгової компанії ФОП, 2026 р.

Показники	Оренда автовишки для миття вікон	Придбання висотних мийних апаратів з системою очищення води
Переваги	Низькі початкові витрати; можливість використовувати дороге професійне обладнання без значних початкових інвестицій; регулярне обслуговування та ремонт обладнання входять у вартість оренди	Економія на витратах
Недоліки	Відсутність права власності на обладнання; вища загальна вартість в довгостроковій перспективі порівняно з купівлею; залежність від орендодавця (обов'язок повернути обладнання після завершення договору)	Дороговартісне обладнання для придбання
Витрати, грн/рік	270,0	285,0

Джерело: авторські дослідження

Придбання висотних мийних апаратів з системою очищення води для клінінгової компанії має переваги: значна економія на витратах у довгостроковій перспективі, оскільки одноразова покупка (285,0 тис. грн) дозволяє уникнути регулярних витрат на оренду, які можуть становити 270,0 тис. грн щорічно. У результаті придбання обладнання клінінгова компанія може знизити свої витрати на оренду і з часом отримати значну економію. Хоча компанія не зможе скористатися перевагами регулярного обслуговування та ремонту, яке включене в оренду, але в цілому, для ФОП, яке планує довгострокову діяльність та має достатній капітал для покупки, придбання висотних мийних апаратів є вигідним вибором.

Запорукою результативності клінінгового бізнесу є саме працівники. Найбільш оптимальні кандидати – відповідальні, сумлінні жінки та чоловіки у віці 25-40,0 років. Фахівці з прибирання мають бути взаємозамінні. Пропонуємо працівникам протягом 2025-2029 років пройти наступні тренінги:

1. Тренінг з ефективного використання клінінгових засобів та обладнання. Мета: Ознайомити персонал з усіма інструментами та засобами, які використовуються в компанії, навчитись правильно використовувати новітні технології. Тематика: огляд різних типів засобів для прибирання: хімічні та екологічні; як правильно використовувати обладнання (пилососи, мийні апарати, роботи-прибиральники); протоколи безпеки при роботі з хімікатами.

2. Тренінг з ефективною комунікації з клієнтами. Мета: покращити взаємодію з клієнтами для забезпечення високого рівня задоволення. Тематика: як проводити ефективні консультації щодо послуг; як слухати клієнтів та правильно відповідати на їхні запити; вміння вирішувати конфліктні ситуації та знаходити компроміси.

3. Тренінг з управління часом і підвищення продуктивності. Мета: навчити співробітників ефективно організовувати свій робочий день. Тематика: техніки планування робочих змін; як оптимізувати процес прибирання для

досягнення максимальних результатів за менший час; організація прибирання в умовах багатозадачності.

4. Тренінг з стандартів гігієни та санітарії. Мета: забезпечити знання співробітників з гігієнічних вимог і санітарних стандартів. Тематика: основні правила санітарії в медичних закладах та офісах, як правильно дезінфікувати та стерилізувати приміщення, стандарти безпеки при роботі з вологим прибиранням.

5. Тренінг з еко-усвідомленості та екологічного прибирання. Мета: ознайомити працівників з принципами екологічного прибирання та використання безпечних для навколишнього середовища засобів. Тематика: чому важливо використовувати екологічно чисті засоби для прибирання; як вибирати ефективні та безпечні для навколишнього середовища засоби; впровадження еко-практик на робочому місці.

6. Тренінг з використання нових технологій у клінінгу. Мета: навчити співробітників користуватися новітніми технологіями для підвищення ефективності роботи. Тематика: огляд роботів-пилососів, безконтактних мийних апаратів та інших інновацій; як налаштовувати та використовувати нові інструменти для підвищення ефективності прибирання; технічне обслуговування та зберігання обладнання.

Ці тренінги сприяють не лише покращенню ефективності роботи персоналу, а й підвищенню рівня обслуговування клієнтів, що в свою чергу підвищить конкурентоспроможність компанії на ринку.

В цілому, рентабельність клінгового бізнесу в 2025 році перебуватиме в діапазоні 12-15,0 % (щоденні роботи) та 25-40,0 % (для спеціальних робіт).

3.2. Діджиталізація як чинник підвищення результативності ведення бізнесу за рахунок формування конкурентних переваг

Створення веб-сайту для бізнесу є важливим елементом у формуванні конкурентних переваг і підвищенні результативності ведення бізнесу. Він забезпечує доступ до широкої аудиторії, покращує взаємодію з клієнтами та створює можливості для зростання компанії в умовах сучасної цифрової економіки.

1. Підвищення видимості бізнесу: Веб-сайт надає компанії можливість бути доступною для потенційних клієнтів 24/7, що важливо в умовах високої конкуренції. Маючи веб-сайт, бізнес стає доступним для клієнтів не лише в межах певного регіону, а й на національному чи міжнародному рівні.

2. Покращення взаємодії з клієнтами: Сучасні веб-сайти можуть інтегрувати функціонал для зворотного зв'язку (форми контактів, онлайн-консультанти), що покращує комунікацію з клієнтами. Це дозволяє оперативно реагувати на запити, що підвищує рівень задоволення клієнтів та їх лояльність.

3. Підвищення довіри до бренду: Наявність професійно оформленого веб-сайту покращує імідж компанії та збільшує довіру потенційних клієнтів. Веб-сайт є підтвердженням серйозності бізнесу і може слугувати платформою для публікації відгуків, кейсів, портфоліо, що підвищує репутацію компанії.

4. Можливість використання SEO та онлайн-маркетингу: Веб-сайт є базою для впровадження стратегії SEO (пошукова оптимізація), що дозволяє підвищити видимість в пошукових системах. Окрім того, сайт відкриває можливості для використання інших інструментів онлайн-маркетингу, таких як контекстна реклама, SMM, email-маркетинг, що сприяє залученню нових клієнтів.

5. Аналіз та оптимізація бізнес-процесів: Завдяки інтеграції з аналітичними інструментами (наприклад, Google Analytics) веб-сайт дозволяє відстежувати поведінку користувачів, що дає можливість компанії оптимізувати маркетингові кампанії, покращувати юзабіліті сайту та краще розуміти потреби клієнтів.

6. Збільшення ефективності продажів: Сайт може стати потужним інструментом для продажу товарів чи послуг без необхідності фізичного

контакту з клієнтом. Інтеграція онлайн-магазинів, платіжних систем і систем управління замовленнями дозволяє автоматизувати процес продажу, що підвищує ефективність та швидкість обробки замовлень.

7. Конкурентні переваги через інновації: Веб-сайт дозволяє компанії інтегрувати інноваційні технології, такі як персоналізовані рекомендації, чат-боти, інтерактивні інтерфейси, що можуть значно покращити досвід клієнтів і відрізнити компанію від конкурентів. Отже, клінінговій компанії ФОП у 2025 р. доцільно створити сайт. Обов'язковими його елементами будуть:

головна сторінка: інформація про компанію, основні послуги, переваги; каталог послуг: детальний опис кожної послуги з цінами; форма замовлення: онлайн-форма для запису на прибирання; сторінка «Про нас»: інформація про компанію, місію, контакти; відгуки клієнтів: інтерактивний модуль для публікації відгуків;

контакти: інтерактивна карта, номери телефонів, email; адаптивний дизайн: коректне відображення на мобільних і планшетах;

додатковий функціонал: калькулятор послуг: дозволяє клієнтам самостійно оцінити вартість послуг; чат-бот або онлайн-консультант: для швидкого спілкування з клієнтами; SEO-оптимізація: для підвищення видимості сайту в пошукових системах;

блог: статті про поради з прибирання, догляду за оселею тощо.

Орієнтована вартість створення сайту клінінгової компанії ФОП наведена в табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Орієнтована вартість створення сайту клінінгової компанії ФОП, 2025 р.,

Елемент	Опис	Ціна, грн
Домен	.ua або .com на рік	400,0
Хостинг, за рік	Хмарний VPS (середній рівень)	1500
Розробка дизайну	Унікальний дизайн	10000,0
Верстка та програмування	Адаптивний сайт із базовим функціоналом	10000,0
Форма замовлення	Онлайн-форма	1500,0
Калькулятор послуг	Проста інтерактивна форма	3000,0
SEO-оптимізація	Початкова оптимізація	3000,0

Чат-бот або онлайн-консультант	Інтеграція готового рішення	2500,0
Контент	Написання текстів, фото, відео	3000,0
Всього		34900,0

Джерело: авторські дослідження

Час розробки розширеного сайту із усіма опціями: 2-4 місяці. Отже, мінімальна вартість створення сайту для клінінгової компанії складає від 34,9 тис. грн, залежно від функціоналу та рівня унікальності дизайну.

Отже, загальна вартість проекту: Вартість створення сайту для клінінгової компанії становить 34900 грн, що включає всі основні елементи для забезпечення ефективної роботи онлайн-платформи. Основні витрати:

домен та хостинг: Вартість домену (.ua або .com) на рік становить 400 грн, а хмарний VPS-хостинг – 1500 грн за рік. Це забезпечить стабільну роботу сайту та його доступність для користувачів;

розробка дизайну та програмування: витрати на розробку унікального дизайну та адаптивну верстку з базовим функціоналом складають 20 000 грн. Це гарантує професійний вигляд сайту та зручність його використання на різних пристроях;

інтерактивні елементи та інструменти: вартість створення онлайн-форми замовлення, калькулятора послуг і інтеграція чат-бота (онлайн-консультанта) складає 8500,0 грн. Ці елементи забезпечують зручність для клієнтів та покращують взаємодію з ними;

SEO-оптимізація та контент: витрати на SEO-оптимізацію (3000,0 грн) та створення контенту (3000,0 грн) сприяють підвищенню видимості сайту в пошукових системах і надають сайту необхідну інформаційну наповненість;

інвестиція в якість: загалом інвестиції в створення сайту є помірними і забезпечують базові елементи для забезпечення його ефективної роботи, привернення клієнтів і підвищення конкурентоспроможності компанії на ринку клінінгових послуг;

потенціал для підвищення результативності: веб-сайт з усіма зазначеними елементами дозволяє не лише залучати нових клієнтів, а й автоматизувати

бізнес-процеси (онлайн-замовлення, калькулятори, консультації), що може значно підвищити ефективність роботи компанії.

Загалом, створення професійного сайту є вигідною інвестицією для клінінгової компанії, оскільки дозволяє оптимізувати процеси взаємодії з клієнтами, зменшити навантаження на персонал і підвищити видимість на ринку.

Дизайн сайту має бути простим, сучасним і максимально зручним для користувачів. Основний акцент слід зробити на швидкість доступу до потрібної інформації, адаптивність під мобільні пристрої та естетику, що викликає довіру:

1. Головна сторінка

Структура:

шапка (header): логотип компанії (зліва); меню з основними розділами: «Головна», «Послуги», «Ціни», «Про нас», «Контакти»; кнопка «Замовити клінінг» (СТА) – яскравий колір, наприклад, зелений або блакитний; контактний телефон і кнопка зворотного дзвінка.

Головний банер: велике якісне зображення з текстом: «Професійний клінінг для вашого дому та офісу»; кнопка «Розрахувати вартість».

Основні переваги: іконки та текст: «Екологічно», «Гарантія якості», «Швидке виконання».

Блок із послугами: картки основних послуг (наприклад, «Прибирання квартири», «Офісний клінінг», «Післяремонтне прибирання»).

Відгуки клієнтів: слайдер із відгуками клієнтів.

2. Розділ «Послуги»

Структура:

список усіх послуг у вигляді карток або таблиці: картинка + назва + короткий опис + ціна; кнопка «Детальніше».

Додатковий функціонал: фільтр за категоріями (наприклад: «Дім», «Офіс», «Після ремонту»).

3. Розділ «Ціни».

Структура:

таблиця з цінами на послуги:

назва послуги / ціна за м² / мінімальна сума замовлення;

калькулятор послуг: поля для введення площі, типу прибирання, додаткових опцій; динамічний підрахунок вартості.

4. Розділ «Про нас»

Структура: історія компанії:

короткий текст про заснування, досвід роботи;

команда: фото співробітників; сертифікати та нагороди.

5. Розділ «Контакти»

Структура:

адреса офісу;

карта Google із позначкою;

контактна форма (ім'я, телефон, питання);

чат для швидких запитань.

6. Футер (нижній колонтитул)

логотип компанії;

меню: «Головна», «Послуги», «Ціни», «Про нас», «Контакти»;

посилання на соціальні мережі;

політика конфіденційності та умови використання.

Додаткові елементи дизайну

кольорова палітра:

основний колір: білий (фон);

акцентні кольори: зелений, блакитний (СТА-кнопки, іконки).

шрифти:

заголовки: сучасні та прості шрифти (наприклад, Roboto, Montserrat);

текст: легкий для читання (наприклад, Open Sans).

анімації:

легка анімація для появи елементів (послуг, відгуків).

інтерактивні кнопки (зміна кольору при наведенні).

Основна концепція дизайну: сучасний, чистий дизайн із акцентами на зелених і блакитних кольорах, що створюють відчуття довіри та професійності.

Yelp є популярним інструментом для просування локального бізнесу, зокрема у сфері домашніх послуг. Це популярна онлайн-платформа, що спеціалізується на оглядах і рейтингах локального бізнесу. Вона дозволяє користувачам залишати відгуки про заклади та послуги, а підприємцям – створювати профілі, взаємодіяти з клієнтами та залучати нових. Yelp широко використовується для просування бізнесу, особливо у сфері громадського харчування, краси, домашніх послуг та інших локальних послуг.

Реєстрація компанії на платформі Yelp безкоштовна, і іноді можна отримувати лідогенерацію безкоштовно, але це відбувається не часто і не в великій кількості. Основна орієнтація Yelp – на роботу з платними рекламодавцями. Мінімальна вартість підписки становить \$ 200, а за \$ 450 на рік платформа буде просувати ваш профіль і надавати ліди. Також можна купувати ліди, середня вартість яких в цій категорії – \$ 20. Однак варто врахувати, що їхня якість часто не відповідає очікуванням.

Yelp надзвичайно уважно ставиться до відгуків, тому важливо стежити за своєю репутацією. Уникати маніпуляцій з відгуками, оскільки це може призвести до блокування як вашого профілю, так і компанії. Працювати потрібно чесно в цьому напрямку. Старатися отримувати відгуки як від перевірених клієнтів Yelp, так і від тих, хто не має підтверженого статусу. Профіль клінінгової компанії ФОП повинен виглядати максимально природно.

Оновлювати фото профілю потрібно щонайменше раз на 14 днів. Це позитивно впливатиме на рейтинг, оскільки підвищить актуальність профілю. Потрібно грамотно підписувати зображення, а найкраще використовувати exif-теги. Для ефективного просування необхідно створювати контент не рідше ніж раз на 7 днів на сайті, з подальшим публікуванням у профілі та інших каталогах. Зовнішні сигнали, такі як посилання на сайт, мають велике значення і можуть суттєво покращити рейтинг профілю. Однак не всі посилання мають позитивний ефект. Купівля посилань заборонена Google і може завдати шкоди.

Посилання повинні з'являтися природно. Для початку потрібно використовувати зазначений список каталогів. Для більш якісних беклінків, потрібно звернути увагу на важливі місцеві установи, такі як церкви, школи, університети або муніципалітети. Пропонуємо погодитися на обмін послугами, щоб отримати посилання з їхніх сайтів – це набагато ефективніше, ніж тисячі низькоякісних посилань. Якщо бізнес-процеси налаштовані правильно, просування через Yelr дає відмінні результати. Один оператор за 12 годин роботи забезпечив майже 70,0 % клієнтів від лідів.

Доцільно запустити блог на своєму сайті. Цей підхід застосовують лише великі компанії серед конкурентів. Якщо разом з SEO-спеціалістом публікувати матеріали регулярно, успіх клінгової компанії буде гарантований. Важливо пам'ятати, що контентна стратегія вимагає часу і ресурсів, її не можна реалізувати швидко. Хоча це складно та витратно, це єдиний ефективний спосіб виділитися, показати свою експертність та унікальність. Спеціально для клієнтів на сайті публікуватимуться поради по догляду за житлом. За рахунок запропонованих заходів клінінгова компанія ФОП стане більш конкурентоспроможною та підвищить прибуток на згідно прогнозу (рис. 3.1).

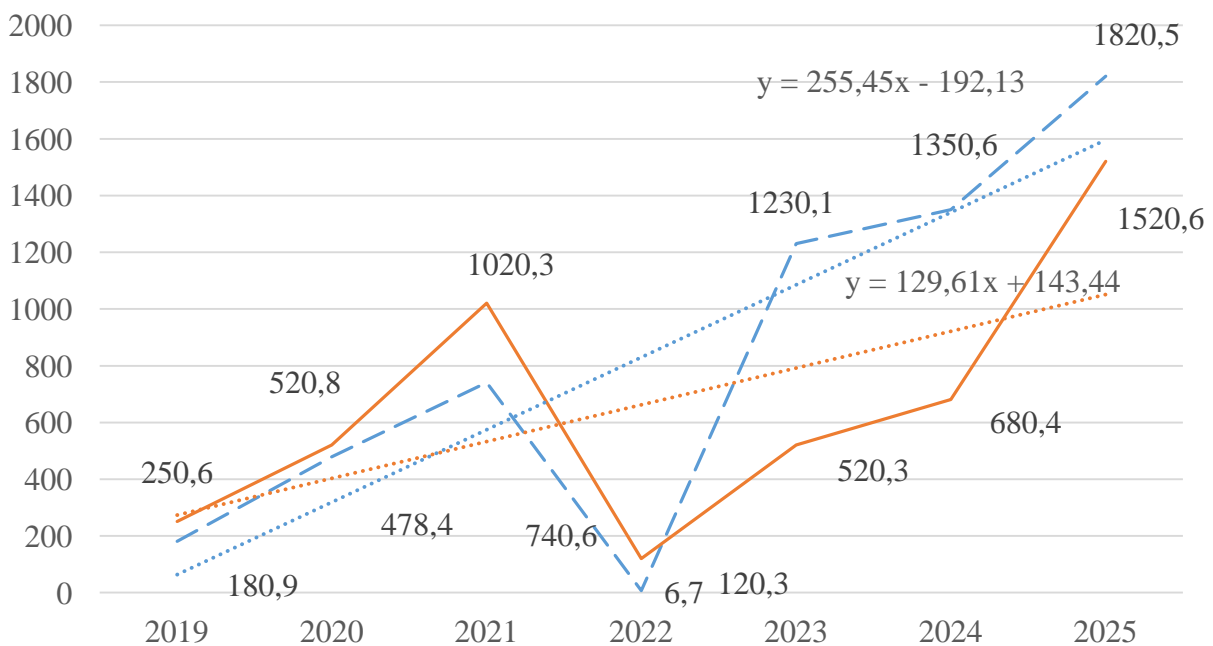


Рис. 3.1. Прогнозний прибуток, 2019-2023 рр., 2024-2025 рр.:

----- клінінгова компанія ФОП;
———— конкурент 1

Джерело: авторські розрахунки на основі програми «Лінія тренду»

Отже, в 2025 р. клінінгова компанія ФОП буде більш конкурентоспроможною та матиме прибуток в розмірі 1820,5 тис. грн.

Висновки до розділу 3

Основні шляхи підвищення ефективності бізнесу досліджуваної клінінгової компанії через формування конкурентних переваг включають:

1. Розвиток ринку: прогнозований річний ріст на 10–15% у найближчі 3–5 років, особливо в сегменті спеціалізованих послуг, обумовлений урбанізацією, будівництвом і попитом на аутсорсинг.

2. Інновації та екологічність: інвестиції в екологічні засоби (2,5 млн грн у 2025–2029 рр.); робот-прибиральник (50 тис. грн, економія 12,5 тис. грн і 60 год./місяць); висотні мийні апарати (285 тис. грн, економія 270 тис. грн на рік).

3. Розширення ринку: вихід у Харківську та Сумську області у 2026 р. (120 тис. грн); збільшення штату до 6 осіб (додаткові витрати 252 тис. грн); нові послуги: прибирання багатоповерхівок, післяремонтний клінінг, дезінфекція тощо.

4. Навчання персоналу: інвестиції (40 тис. грн у 2025-2029 рр.) для підвищення якості через тренінги з екологічного прибирання, комунікацій, тайм-менеджменту та роботи з інноваційним обладнанням.

5. Маркетинг та діджиталізація: веб-сайт (34,9 тис. грн у 2025 р.) з функціями онлайн-замовлення, чат-бота, SEO, кейсів і відгуків; онлайн-просування, партнерства з нерухомістю, програми лояльності; інтеграція платіжних систем та онлайн-магазину для автоматизації процесів.

6. Заходи спрямовані на впровадження інноваційних технологій, екологічних рішень, розширення ринку та покращення кваліфікації персоналу. Це забезпечить стійку конкурентну перевагу та дозволить підвищити ефективність, прибутковість і рентабельність клінінгового бізнесу. Отже, у 2025 році прогнозується прибуток 1820,5 тис. грн, що значно перевищить результати 2024 року. Інвестиції в інновації та діджиталізацію забезпечать зростання конкурентоспроможності, автоматизацію процесів і стабільний прибуток.

ВИСНОВКИ

Аналіз підвищення результативності ведення бізнесу за рахунок формування конкурентних переваг дозволив зробити такі узагальнення:

1. Встановлено, що результативність ведення бізнесу значною мірою залежить від здатності підприємства формувати та утримувати конкурентні переваги. Це включає в себе глибокий аналіз ринку та конкурентів, впровадження інновацій, диверсифікацію послуг і персоналізацію взаємодії з клієнтами. Оптимізація бізнес-процесів, професійний розвиток співробітників та ефективне управління ресурсами також відіграють важливу роль у підвищенні конкурентоспроможності. Крім того, маркетингові стратегії, сталий розвиток та стратегічні партнерства допомагають підприємствам зміцнювати свої позиції на ринку та досягати довгострокового успіху. Важливо, що для кожного бізнесу підхід до формування конкурентних переваг повинен бути індивідуальним, відповідно до його цілей і ресурсів.

2. Досліджувана нами клінінгова компанія ФОП працює 7 років, є платником єдиного податку на третій групі та демонструє стабільний розвиток та ефективність у забезпеченні високоякісних послуг на ринку м. Полтави. Зростання операційних витрат, збільшення фонду оплати праці, розширення спектра послуг та впровадження інновацій свідчать про високий рівень її адаптації до ринкових умов. Компанія конкурентоспроможна у своєму сегменті, зберігає баланс між якістю послуг та економічною ефективністю. Кількість працівників зросла з 4 до 5 осіб у 2023 році (+25% порівняно з 2019 роком).

3. З'ясовано, що найбільша частка у послугах компанії припадає на прибирання офісних приміщень (40%) та житлових приміщень (30,0 %), це охоплює основні сегменти клієнтів. Послуги після ремонту займають 20,0 % ринку компанії, що свідчить про попит на спеціалізований клінінг. Основні витрати на обладнання склали 199 тис. грн, з яких найбільше вкладено у професійні пилососи (80 тис. грн) та машини для миття підлог (60 тис. грн). Використання сучасного та екологічного устаткування забезпечує високу якість

послуг.

4. Проведений аналіз показав, що загальні операційні витрати компанії зросли в 2,1 рази (з 2702,6 тис. грн у 2019 році до 5753,6 тис. грн у 2023 році). Найбільший приріст продемонстрували витрати на набори мікрофібрових ганчірок та швабр (+321,4%), транспортні витрати (+280%), а також хімічні засоби для прибирання (+136,4%). Активне використання інноваційних миючих засобів та технологій (наприклад, пароочишувачів, миючих пробіотиків) забезпечує конкурентну перевагу за якістю обслуговування.

5. Аналіз діяльності клінінгової компанії ФОП за 2019–2023 рр. свідчить про позитивну динаміку фінансових, операційних і маркетингових показників, що є результатом використання конкурентних переваг.

6. Середній чек компанії впродовж досліджуваного періоду збільшився на 48,5% (з 9,7 тис. грн у 2019 році до 14,4 тис. грн у 2023 році), але становить лише 87,3 % від середнього чеку конкурента (16,5 тис. грн). Це свідчить про необхідність вдосконалення цінової політики, щоб збільшити доходи на одного клієнта. Кількість замовлень у 2023 році зросла до 540, що на 60,7 % більше, ніж у 2019 році (336 замовлень). ФОП випереджає конкурента за кількістю замовлень на 7,8% (конкурент №1 виконав 501 замовлення).

7. У середньому компанія виконує замовлення за 4 години, що відповідає стандарту та показникам конкурента і забезпечує високу оперативність послуг. Коефіцієнт утримання клієнтів збільшився з 50% у 2019 році до 62,3% у 2023 році, зростання на 12,3%. Однак, цей показник все ще на 17,3% нижчий за результат конкурента (75,3%), що свідчить про необхідність підвищення лояльності клієнтів. Завантаженість команди збільшилася до 87% у 2023 році, що на 2% більше, ніж у конкурента (85,3%), демонструючи ефективний розподіл роботи серед персоналу.

8. Рівень залучення нових клієнтів зріс до 15,3% у 2023 році, що на 10,3% більше, ніж у 2019 році (5%). Цей результат складає 91,1% від рівня конкурента, що вказує на позитивну динаміку, але вимагає додаткових зусиль для досягнення лідерства. Впізнаваність брендів виросла з 20% у 2019 році до 42,8% у 2023 році (+22,8%). Компанія досягла 85,3% від рівня конкурента

(50,2%), що свідчить про ефективність маркетингових заходів.

9. Задоволеність клієнтів (NPS) у 2023 році становила 81,3%, що демонструє високий рівень клієнтського досвіду. Проте результат все ще нижчий за показник конкурента (85,2%).

10. Встановлено, що клінінгова компанія ФОП має значні конкурентні переваги: ФОП встановлює ціни дещо нижчими за середньоринкові. Зокрема, офісне прибирання – 38 грн/м² проти 43 грн/м² в середньому по Україні. Прибирання квартир – 45 грн/м², що становить 75% від середньої ціни по Україні (60 грн/м²). Така політика приваблює чутливих до ціни клієнтів, але потребує оптимізації для збільшення прибутковості. Спостерігається висока якість послуг: відсутність рекламаций у 2023 році підтверджує високий рівень обслуговування. Використання безпечної професійної хімії та сучасного обладнання забезпечує підтримання конкурентоспроможності.

Головними шляхами підвищення результативності ведення бізнесу клінінгової компанії ФОП за рахунок формування конкурентних переваг мають стати:

1. Оскільки прогнозується річний ріст ринку клінінгових послуг на 10,0-15,0 % у найближчі 3-5 років, особливо у сегменті спеціалізованих послуг. Попит стимулюється урбанізацією, активним будівництвом, зростанням площ в експлуатації та збільшенням попиту на аутсорсинг. Отже, стратегія розвитку клінінгової компанії ФОП має включати наступні елементи:

інноваційні технології та екологічність: доцільно зробити інвестиції в екологічні засоби для прибирання (2025–2029 рр.) на суму 2500,0 тис. грн. Пропонуємо придбати робота-прибиральника (2025 р.) вартістю – 50 тис. грн при цьому економія на фонді заробітної плати – 12,5 тис. грн на місяць, а економія часу – 60 год/місяць. При одноразовій інвестиції у висотні мийні апарати (2026 р) – 285,0 тис. грн, очікувана річна економія на оренді складе 270,0 тис. грн;

розширення географії та спектру послуг, зокрема вихід на нові ринки (Харківська та Сумська області) у 2026 р., що потребуватиме інвестицій в сумі

120 тис. грн. Збільшення кількості працівників до 6 осіб за рахунок зростання кількості об'єктів, збільшить витрати до 252 тис. грн. Надавати нові послуги з комплексного клінінгу багатоповерхівок, післяремонтного прибирання, прання килимів, санітарної дезінфекції тощо;

здійснити інвестиції в навчання персоналу у 2025–2029 рр. в розмірі 40,0 тис. грн. Зокрема провести тренінги на теми екологічного прибирання, комунікацій, управління часом та інноваційного обладнання, що забезпечать підвищення якості послуг;

маркетинг та автоматизація для підвищення конкурентоспроможності клінінгової компанії ФОП включатиме розробку веб-сайту у 2025 р.; онлайн-просування, програми лояльності, партнерства з нерухомістю та будівельними компаніями.

2. Діджиталізація виступає важливим чинником формування конкурентних переваг, сприяючи зростанню результативності бізнесу завдяки застосуванню цифрових інструментів, зокрема через створення веб-сайту. Підвищення видимості бізнесу включає розробку веб-сайту, що надає можливість працювати з клієнтами 24/7, незалежно від їхнього місцезнаходження. Завдяки SEO-оптимізації, сайт досягає високих позицій у пошукових системах, розширюючи охоплення аудиторії.

3. Покращення взаємодії з клієнтами передбачає інтерактивні елементи (онлайн-форма замовлення, чат-бот) забезпечують швидкий зворотний зв'язок. Це підвищить рівень задоволення клієнтів, їхню лояльність і повторні звернення. Професійний дизайн і якісний контент сформують позитивний імідж компанії. Розміщення відгуків і кейсів на сайті зміцнить репутацію. Веб-сайт інтегруватиме онлайн-магазин і платіжні системи, автоматизуючи процеси замовлення і розрахунку. Інструменти веб-аналітики (наприклад, Google Analytics) дозволяють відстежувати поведінку користувачів і покращувати бізнес-процеси. Загальна вартість проєкту становить 34,9 тис. грн.

4. Отже комплекс запропонованих нами заходів дозволить у 2025 році отримати прибуток у розмірі 1 820,5 тис. грн, що суттєво перевищує результати 2024 року.

Список використаних джерел

1. Андреев В. Конкурентні переваги як фактор розвитку підприємств сфери послуг. Харків: Видавництво «Фактор». 2012. 305 с.
2. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств : навчальний посібник К. : ІЗМН, 1996. 510 с.
3. Андрійчук В., Л. Бауер Л. Менеджмент : прийняття рішень і ризик. К. : КНЕУ, 1998. 314 с.
4. Балабанюк Ж. М. Механізм управління організацією: сутність поняття та пропозиції щодо оцінки його ефективності. URL: http://mev-hnu.at.ua/load/1_formuvannja (дата звернення 25.09.2024).
5. Белєвцева М. І., Воробйова В. Н. Маркетинговий менеджмент : навчальний посібник. К. : Центр навчальної літератури, 2006. 407 с.
6. Бондаренко В. М. Конкурентні переваги підприємств переробної галузі в умовах економічної кризи. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки. 2016. Вип. 41(2). С. 31-37. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpchdtu_2016_41\(2\)__7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpchdtu_2016_41(2)__7) (дата звернення: 06.10.2024).
7. Боумен К. Конкуренція та стратегія: Теорія конкурентних переваг. 1999. 215 с.
8. Грей Б., Крук Д. Управління операціями: стратегія, дизайн, виконання. Львів: Видавництво «Класика». 2015. 278 с.
9. Гуменюк В. С. Поняття конкурентних переваг підприємства. URL: <chrome-extension://efaidnbnmnibpcajpcglclefindmkaj/https://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/27519/6660.pdf?sequence=3> (дата звернення: 06.10.2024).
10. Демчина Д. Як відкрити клінінг з нуля: Покроковий бізнес-план. URL: <https://business-broker.com.ua/blog/iak-vidkryty-klininh-z-nulia-pokrokovyyu-biznes-plan/> (дата звернення 25.09.2024).
11. Друкер П. Управління в умовах змін. Київ: Видавництво «Основи». 2004. 350 с.

12. Залєтов В. Стратегії підприємства в умовах конкурентного середовища: навчальний посібник. Львів: Видавництво «Львівська політехніка». 2010. 278 с.
13. Зозульов О. Місце маркетингу у посиленні конкурентних позицій підприємства. Маркетинг і реклама. 2002. № 9. С. 44-47.
14. Каплан Р., Нортон Д. Балансова система показників: стратегії успіху організацій. Київ: Видавництво «Основа». 2001. 160 с.
15. Касич А. О., Харькова Ж. В. Конкурентоспроможність. 2018. URL: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgcle> (дата звернення 25.09.2024).
16. Касич А. О., Харькова Ж. В. Управління конкурентними перевагами підприємства. Економічний аналіз. 2016. Том 25. № 2. С. 79-85. URL: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/4524/1/1212-5867-1-PB%20%282%29.pdf> (дата звернення 25.10.2024).
17. Кірейцев Г. Г. Фінанси підприємств: курс лекцій. Київ: ЦУЛ, 2002. 268 с.
18. Клініг. Дія.Бізнес. URL: <https://business.dii.gov.ua/service/idea/klininh> (дата звернення 25.09.2024).
19. Клінінг Полтава. Де замовити прибирання – ТОП 7 клінінг компаній. URL: <https://poltava-day.com/cleaning-in-poltava/> (дата звернення 25.10.2024).
20. Клінінг як бізнес. URL: <https://easyweek.com.ua/yak-vidkriti-kliningovu-firmu.html> (дата звернення 20.09.2024).
21. Клінінгова компанія Time cleaning. URL: <https://.com.ua/uk/> (дата звернення 21.08.2024).
22. Клінінгова служба: переваги і недоліки звернення? URL: <https://vikna.if.ua/sikavo/127017/view> (дата звернення 25.09.2024).
23. Ковальчук І. В. Економіка підприємства : навч. посібн. К. : Вид-во Знання, 2008. 679 с.
24. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Київ: Видавництво «Мистецтво». 2006. 250 с.
25. Кузьмін О. Є., Мельник О. Г. Основи менеджменту. К. : Академвидав., 2003. 414 с.

26. Лебедєв Г. Економічна ефективність та конкурентоспроможність підприємств. Київ: Видавництво «Кондор». 2009. 205 с.

27. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. / під. заг. ред. М. І. Белєвцева, В. Н. Воробйова. К. : Центр навчальної літератури, 2006. 407 с.

28. Марченко О. Д., Гайдамак Н. В., Судомир С. М. Управління результативністю діяльності підприємств (теоретико-методологічний аспект). К. : Аграр Медіа Груп, 2021. 175 с.

29. Махмудов Х. З., Світлична А. В., Мамчич І. С., Уткін М. А., Ярова Д. В. Проблеми розвитку малого, середнього та великого бізнесу в Україні в період воєнного стану. Інвестиції: практика та досвід. 2024. № 22. С. 80-85. URL: <https://nauka.com.ua/index.php/investplan/article/view/4998/5042>.

30. Мельник Л. Г., Ілляшенко С. М., Сотник І. М. Бізнес-адміністрування : магістерський курс : підручник. Суми : ВТД Університетська книга, 2008. 896 с.

31. Мухін Д. Як в Україні змінився ринок послуг клінінгу. URL: https://thepage.ua/ua/news/yak-rozvivayetsya-klining-v-ukrayini/amp#origin=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F&cap=swipe,education&webview=1&dialog=1&viewport=natural&visibilityState=prerender&prerenderSize=1&viewerUrl=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F&fs%2Fthepage-ua.cdn.ampproject.org%2Fc%2Fs%2Fthepage.ua%2Fua%2Fnews%2Fyak-rozvivayetsya-klining-v-ukrayini%2F&fsqp=mq331AQIUAKwASCAAgM%25253D&_kit=1 (дата звернення 25.09.2024).

32. Немцов В. Д., Довгань Л. Є. Стратегічний менеджмент: навч. посібн. К.: ТОВ УВПК ЕксОб, 2001. 539 с. 6

33. Обліково-аналітичний механізм менеджменту підприємств (теоретико-методологічний аспект) / О. Д. Гудзинський, Г. Г. Кірейцев, Т. М. Пахомова, В. К. Савчук ; за заг. ред. О. Д. Гудзинського. К. : ІПК ДСЗУ, 2009. 226 с.

34. Олексюк О. І. Технологія оцінки результативності діяльності підприємства. Збірник наукових праць ЧДТУ. Серія: Економічні науки.

Черкаси : ЧДТУ, 2019. Вип . 22. Т. 2. С. 169–173.

35. Перебийніс В. І. Організаційний ресурс управління. Економіка АПК. 2002. С. 34-52.

36. Податковий кодекс України : прийнятий Верховною Радою України 2 груд. 2010 р. № 2755-VI : текст із змін. станом на 1 січ. 2012 р. М-во юстиції України. Офіц. вид. Київ : Укрправінформ, 2012. 455 с.

37. Покропивний С. Ф. Економіка підприємства : підручник / за ред. С. Ф. Покропивного. К. : КНЕУ, 2000. 328 с.

38. Попова В. Результативність макrorівня і сутність концепції та методологічної оцінки. Економіка України. 2016. С. 44-49.

39. Порад Емігрантам для Просування Клінінгу в США. URL: <https://www.no-b.kiev.ua/uk/lokalne-prosuvannya/15-porad-dlya-prosuvannya-kliningu/>

40. Портер Е. Стратегія конкуренції. Пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський. К.: Основи, 1997. 390 с. 8

41. Портер М. Конкурентна стратегія: методи аналізу галузей та конкурентів. Київ. 1990. 260 С.

42. Портер М. Конкурентні стратегії. Пер. з англ. К.: Основи, 1998. 310 с.

43. Сарай Н., Григорук А., Литвин Л. Формування конкурентних переваг підприємства на міжнародному ринку. Трансформаційна економіка, 2023. № 1 (06), 58-62. URL <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2024-6-11> (дата звернення 25.07.2024).

44. Світлична А., Мамчич І. Підвищення результативності ведення бізнесу за рахунок формування конкурентних переваг. Стратегічний менеджмент агропродовольчої сфери в умовах глобалізації економіки: безпека, інновації, лідерство: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, 27 вересня 2024 р. Полтава : ПДАУ, 2024. Том 1. 353 с. С. 75-78.

45. Світлична А. В, Мамчич І. С., Єрохін В. І. Значення безпеки надання клінінгових послуг підприємцями. Управління ресурсним забезпеченням

господарської діяльності підприємств реального сектору економіки: ІХ всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція, 14 листопада 2024 р. Полтава. ПДАУ, 2024. С. 138-139.

46. Селіванова Н. М. Теоретичне обґрунтування формування доходів та фінансових результатів від реалізації сільськогосподарської продукції в умовах ринкової економіки. Аграрний вісник Причорномор'я. 2019. С. 167-170.

47. Стельмащук А. М. Державне регулювання економіки : навчальний посібник. Тернопіль : Астон, 2001. 362 с.

48. Сук П. Л. Групування витрат виробництва в умовах ринку. Економіка АПК. 2008. С. 53-56.

49. Тейлор Ф. Принципи наукового менеджменту. 1991. 284 с.

50. Ткачук О.М. Харкова Ю.П. Конкурентні переваги підприємства. Перспективні напрямки наукової думки: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 18 квітня 2018 року у м. Тернопіль: зб. наук. праць «ЛОГОΣ». Відп. за випуск Голденблат М. А. ГО «Європейська наукова платформа». Обухів: Друкарня «Друкарник» (ФОП Гуляєва В.М.), 2018. Т.3. С. 66-70.

51. Томпсон А., Стрікленд А. Стратегії розвитку бізнесу. Київ: Видавництво «Кадри». 2004. 348 с.

52. Хміль Ф. І. Основи менеджменту. К. : Академвидав, 2007. 575 с.

53. Шаповалова І.В. Конкурентні переваги підприємства: ретроспективний аналіз трактування термінів. Економіка і суспільство. 2017. №10. С. 427-432.

54. Як відкрити клінінгову компанію: нюанси бізнесу на чистоті? URL: <https://www.oschadbank.ua/blog/yak-vidkryty-kliningovu-kompaniyu-nyuansy-biznesu-na-chystoti> (дата звернення 22.08.2024).

55. Яценко О. І., Романюк О. П. Економічні та соціальні аспекти оцінки результативності. Науковий вісник України. 2023. Вип. 18.6. С. 237–238.

56. Barney J. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. Journal of Management. 1991. 12

57. Farrell M. J. The Measurement of Productive Efficiency. Journal of the

Royal Statistical Society. Series A. General. 1997. P. 253–281.

58. Grant R. M. The Resource – Based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation. California: California Management Review. 1991.

59. ISO 9001:2015. Системи управління якістю. Вимоги. Міжнародний стандарт. 2015. 278 с.

60. Wensley R. Assessing Advantage: A Framework for Diagnosing Competitive Superiority. California: Journal of Marketing. 1988.

ДОДАТКИ