

**Фадеева Виктория Константиновна**

студентка

Научный руководитель

**Рябова Марина Анатольевна**

канд. экон. наук, доцент, заведующая кафедрой

ФГБОУ ВО «Ульяновский государственный  
педагогический университет им. И.Н. Ульянова»

г. Ульяновск, Ульяновская область

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Аннотация:* в статье рассматривается важность совершенствования обслуживания потребителей для повышения конкурентоспособности предприятия. Приводятся основные меры, необходимые для улучшения обслуживания, включая обучение персонала, использование современных технологий и постоянное развитие. В результате акцентируется важность внимания к обслуживанию потребителей как одного из ключевых факторов успешной работы предприятия на рынке.

*Ключевые слова:* обслуживание, услуги, конкурентоспособность, потребитель, сервис, качество.

Современный рынок требует от предприятий не только качественного производства товаров и услуг, но и высокого уровня обслуживания потребителей. В мире, где конкуренция достигает своего апогея, конечные потребители играют ключевую роль в успехе бизнеса. Поэтому важно уделить особое внимание качеству обслуживания и удовлетворенности потребителей [1].

Прежде всего, под обслуживанием потребителей понимается весь комплекс действий, направленных на удовлетворение потребностей и желаний клиентов. Это не только качество товаров и услуг, но и сервис, коммуникация с

потребителями, быстрое реагирование на обращения и жалобы, адекватное решение проблем [3].

Основной целью обслуживания потребителей услуг является удовлетворение потребностей и ожиданий клиентов, установление долгосрочных отношений с ними, повышение их лояльности и доверия к организации. Это достигается путем предоставления качественных услуг, оперативного реагирования на запросы клиентов, постоянного совершенствования процессов обслуживания и повышения уровня удовлетворенности клиентов [4].

При анализе ключевых факторов обслуживания, влияющих на мнение об организации потенциальных клиентов и в дальнейшем содействующих построению такого понятия, как конкурентоспособность, пристальное внимание необходимо уделять такому фактору, как уровень обслуживания, то есть сервис, и степени его влияния на деятельность сервисного предприятия [2].

Конкурентоспособность предприятия – это его преимущество перед другими в данной отрасли внутри страны и за ее пределами. Конкурентоспособность не определяет качество фирмы, но способствует ее оценке в рамках группы фирм, относящихся к одной отрасли, либо фирм, выпускающих аналогичные товары (услуги). Конкурентоспособность можно выявить только сравнением между собой этих фирм как в масштабе страны, так и в масштабе мирового рынка [2].

Совершенствование обслуживания потребителей – ключевой фактор в повышении конкурентоспособности любого предприятия. Это заключается в том, что все организации, которые занимаются одним видом деятельности ведут непрерывную борьбу за каждого потребителя. Ведь каждый клиент приносит выручку организации, вносит свой вклад в понятие престижа организации и, соответственно, повышает конкурентоспособность на рынке [1]. Но все это происходит только в том случае, когда уровень обслуживания удовлетворяет покупателя, и он остается доволен посещением данной организации. Причем уровень обслуживания должен быть таким, чтобы этот самый клиент порекомендовал

организацию своим знакомым и, при повторном появлении потребностей в подобных услугах, вернулся в данную организацию сам.

Основные преимущества качественного обслуживания на предприятии:

1. Удовлетворенность клиентов: качественное обслуживание создает позитивный опыт у клиентов, что ведет к их удовлетворенности и лояльности. Удовлетворенные клиенты чаще всего возвращаются к тому же предприятию снова и снова, что способствует повышению объемов продаж и доходности.

2. Репутация и бренд: высокий уровень обслуживания помогает создать положительную репутацию и сильный бренд предприятия. Когда клиенты довольны обслуживанием, они готовы рекомендовать предприятие своим друзьям и семье, что способствует привлечению новых клиентов.

3. Дифференциация от конкурентов: в условиях сильной конкуренции качественное обслуживание может стать ключевым фактором дифференциации от конкурентов. Предприятия, которые предлагают уникальный и высокий уровень обслуживания, выделяются на фоне других участников рынка и привлекают больше внимания клиентов.

4. Увеличение лояльности и удержание клиентов: хорошее обслуживание помогает удерживать клиентов и снижать их отток к конкурентам. Когда клиенты получают качественное обслуживание и чувствуются ценными для предприятия, они склонны оставаться с ним на долгосрочной основе.

5. Улучшение операционной эффективности: эффективные процессы обслуживания могут повысить производительность и эффективность работы предприятия. Автоматизация рутинных задач, оптимизация рабочих процессов и обучение персонала ведут к более высокой операционной эффективности и экономии ресурсов.

Основополагающим принципом современного бизнеса является ориентация на потребителя. Предприятия, которые понимают свою целевую аудиторию, и готовы оперативно реагировать на их запросы и потребности, имеют значительные преимущества перед конкурентами. Вместе с тем, необходимо понимать, что оказание качественного обслуживания клиентов – это длительный и постоянный

процесс, требующий внимания и инвестиций [5]. Для того, чтобы совершенствовать обслуживание на предприятии, нужно принять ряд мер.

Одним из ключевых моментов в улучшении обслуживания потребителей является анализ обратной связи. Отзывы клиентов позволяют предприятию оценить свою деятельность, выявить слабые места и улучшить качество предоставляемых услуг. Систематический сбор и анализ отзывов клиентов помогает вносить изменения, соответствующие их ожиданиям, что в свою очередь повышает уровень удовлетворенности клиентов [1].

Еще одним важным аспектом является обучение персонала. Профессиональные и дружелюбные сотрудники способны создать позитивный опыт взаимодействия с клиентами. Имея не только хорошее знание о продукции или услугах компании, но и умение эффективно общаться с клиентами, персонал становится неотъемлемой частью успешной стратегии обслуживания потребителей.

Не стоит также забывать о внедрении инновационных технологий. Современные информационные системы позволяют автоматизировать процессы обслуживания клиентов, улучшить качество обратной связи и повысить оперативность реакции на запросы клиентов.

В современной динамичной бизнес-среде совершенствование обслуживания потребителей играет ключевую роль в повышении конкурентоспособности предприятия. Качественное обслуживание не только способствует удовлетворенности клиентов, но и является важным фактором привлечения и удержания клиентов, улучшения репутации и бренда, а также дифференциации от конкурентов [4].

Чрезвычайно важно стремиться к непрерывному совершенствованию обслуживания, учитывая изменения в потребностях и ожиданиях клиентов, а также инновации в технологиях и методах работы. Гибкость, адаптивность, инновации и анализ данных отличают успешные предприятия, способные эффективно конкурировать на рынке и добиваться устойчивого роста.

Таким образом, совершенствование обслуживания потребителей становится неотъемлемой частью стратегии успешного предприятия, ведущей к созданию прочных отношений с клиентами и укреплению своего положения на рынке.

### *Список литературы*

1. Глебова И.П. Управление качеством обслуживания потребителей: теория и практика / И.П. Глебова. – М.: Экономическое образование, 2015. – 240 с.

2. Пострелова А.В. Оценка конкурентоспособности предприятия / А.В. Пострелова, М.С. Маркин // Молодой ученый. – 2013. – №6. – С. 398–402. EDN RHJVNR

3. Степанова Е.М. Развитие системы обслуживания потребителей как стратегическое преимущество предприятия / Е.М. Степанова // Управление предприятием. – 2016. – №4. – С. 45–51. EDN WIOELZ

4. Сафонова А.А. Качество услуги как фактор конкурентоспособности / А.А. Сафонова, М.А. Рябова // Физическая культура и спорт, туризм и гостеприимство: взгляд студенческого научного общества: сборник материалов XVI студенческой научно-практической конференции с международным участием (Москва, 7 июня 2022 года) / Московский государственный университет спорта и туризма. – М.: ГАОУ ВО «Московский государственный университет спорта и туризма», 2022. – С. 94–98. – EDN IBVWCD.

5. Механизмы и инструменты управления в социально-экономической сфере: проблемы, тенденции и перспективы: коллективная монография / А.К. Амерханова, Н.А. Богданова, О.В. Киселева [и др.]; Ульяновский государственный педагогический университет им. И.Н. Ульянова. – Ульяновск: Ульяновский государственный педагогический университет им. И.Н. Ульянова, 2016. – 182 с. – ISBN 978-5-86045-891-8. – EDN WBMQVD.