

Сапа А. Г.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ДІЛОВА РЕПУТАЦІЯ У СФЕРІ НАДАННЯ ПОСЛУГ

Ділова репутация грає важливу роль в сфері надання послуг. Тому що від цього залежить імідж підприємства. Поняття ділової репутации вчені розрізняють по різному. Але на мою думку є одне правильне визначення.

Ділова репутация – це загальний враження про підприємство, яке складається з оцінок його рівня професійності, етики, якості продукту чи послуг, взаємин з клієнтами та партнерами, та інших аспектів його діяльності. Це відображається у позитивному або негативному ставленні до підприємства, яке може вплинути на його успіх у бізнесі. Ділова репутация формується протягом тривалого часу, і залежить від багатьох факторів, таких як якість продукту, якість обслуговування, ефективність комунікації, відповідальність.

Ділова репутация у сфері надання послуг є однією з найважливіших складових успіху будь-якої компанії. Вона визначає наскільки довіряють клієнти конкретній компанії та її послугам, якість цих послуг, як ефективно компанія вирішує проблеми, пов'язані з послугами та інші ключові фактори.

Основні складові ділової репутации у сфері надання послуг:

1. Якість послуг. Клієнти очікують від компанії якісних послуг, які відповідають їх потребам та очікуванням.

2. Комунікація з клієнтами. Компанія повинна бути відкритою та прозорою в комунікації зі своїми клієнтами, відповідати на їх запитання та пропозиції.

3. Система підтримки клієнтів. Клієнти повинні мати змогу звернутися до компанії за допомогою телефону, електронної пошти або онлайн-чату та отримати швидку та ефективну відповідь на свої запитання.

4. Етика бізнесу. Компанія повинна дотримуватися високих стандартів етики бізнесу та професіоналізму.

5. Репутация компанії. Репутация компанії та її бренду відіграє важливу роль у визначенні ділової репутации у сфері надання послуг.

6. Цінова політика. Клієнти очікують розумних та адекватних цін на послуги.

Компанії можуть зберегти та покращити свою ділову репутацію у сфері надання послуг, розвиваючи якість своїх послуг та забезпечуючи ефективну комунікацію.

Можна зробити такий висновок, якщо підприємство буде надавати не якісні послуги, то це підприємство може втратити свою ділову репутацію та втратити прибуток підприємства. Тому що ділова репутація безпосередньо впливає на діяльність підприємства та відповідно на його прибуток.

Список використаних джерел:

1. Iakovenko, V., Pavlov, R., Pavlova, T., Levkovich, O. (2023). Transformational Opportunities for Business Entities in the Circular Economy. *Lecture Notes in Management and Industrial Engineering*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-23463-7_6
2. Яковенко В.С., Ткаліч Д.К., Особливості механізму управління інноваційними процесами підприємства. *Бізнес Інформ*. 2022. №12. С. 93-98. <https://doi.org/10.32983/22-4459-2022-12-93-98>
3. Яковенко В.С., Кучеренко С.К. Методичні аспекти оцінювання туристичної інфраструктури України. *Бізнес Інформ*. 2022. №6. С. 151-157. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-6-151-157>
4. Яковенко В.С., Гаркуша В.Р. Тенденції розвитку ринку генерації сонячної енергетики України *Бізнес Інформ*. 2021. № 4, С. 114-119. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-4-114-119>.

Д-р екон. наук Семенча І. Є., Ільченко Г. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Побудова дієвої бізнес-моделі та забезпечення достатнього рівня конкурентоспроможності підприємств як на вітчизняному, так і на закордонних ринках завжди було актуальною темою, однак після початку повномасштабної війни у 2022 році бізнес України почав стикатися з більшою кількістю викликів, які потребують висвітлення та прийняття до уваги при затвердженні стратегії управління конкурентоспроможністю компаній.

Дослідженням управління конкурентоспроможністю підприємств під час війни займалися такі науковці, як Шевченко Л., Хацер М. та Булгакова К.,