

Для компаній Інтернет-маркетинг відкриває додаткові можливості по зниженню витрат на маркетинг, пришвидшенню маркетингових процесів та побудови тісних ділових відносин з потенційними споживачами

### **Список використаних джерел та літератури**

1. Дзьоба Т. І. Що таке інтернет-маркетинг — повний огляд для новачків та основні інструменти і стратегії просування. 2020. №1. С. 150-152.
2. Примак Т. О. Реклама в інтернеті ТОП-10 найефективніших видів інтернет-реклами. 2020. № 30. С. 5-9.
3. Васютинська Ю. О. Просування сайту в соціальних мережах: платні та безкоштовні методи. 2020. №3. С.98-101.
4. Риндіна О. А. Інтернет-технології як спосіб просування сучасних брендів. 2019. № 3. С. 15-17.
5. Правила щодо контенту в рекомендаціях. 2021. №5. С.200-204.
6. Грищенко О. Ф. Соціальний медіа маркетинг як інструмент просування продукту підприємства / О. Ф. Грищенко, А. Д. Нешева // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2017. - № 4. - С. 86-98.
7. Яцковий Д. В. Сучасні методики оцінки конкурентоспроможності підприємства / Д. В. Яцковий // Вісник соціально-економічних досліджень. 2013, випуск 4 (51).

## **ДОСЛІДЖЕННЯ ТА УДОСКОНАЛЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «СІНЕВО УКРАЇНА» НА РИНКУ МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ**

*Юлія Кулик,  
студентка спеціальності «Менеджмент»  
Фахового коледжу «Універсум»  
Київського університету імені Бориса Грінченка  
Світлана Кравець,  
викладач циклової комісії економіко-математичних дисциплін та  
менеджменту*

На сьогоднішній день на ринку існує велика кількість підприємств, які конкурують між собою за увагу споживачів. Для того щоб виділитися з

поміж аналогічних підприємств на ринку кожна з них обирає певну свою особливість і намагається виділитися за допомогою цієї особливості. Сукупність таких особливостей, успішно реалізованих на ринку, називається конкурентоспроможність. Конкурентоспроможність – це здатність певного об'єкта або суб'єкта перевершити конкурентів у заданих умовах. У загальному випадку доцільно виділять такі складові: конкурентоспроможність пропозиції на ринку, ресурсів підприємства, менеджменту та підприємницької ідеї.

На прикладі компанії ТОВ «Сінево Україна» розглянемо підвищення конкурентоспроможності на ринку.

«Сінево» — мережа лабораторій в Україні. Входить до європейської мережі лабораторій Synevo та є частиною медичного холдингу Medicover. Компанія «Сінево» працює під девізом швидко, точно, зручно. Вона фокусується на швидкому обслуговуванні у відділенні, що максимально економить час їхніх клієнтів. Надає точні результати, які підтверджується багаторівневим контролем якості. Намагається максимально зручно розташовувати свої відділення. Отримання результатів може відбуватися онлайн.

Медична лабораторія надає лікарям необхідну інформацію про стан здоров'я пацієнта, використовуючи сучасні методи лабораторної діагностики. Вони виконують лабораторні дослідження доступними в національному масштабі, сприяючи покращенню здоров'я населення та розвитку системи Охорони Здоров'я України.

Цінності компанії «Сінево»:

- якісне виконання своєї роботи;
- спрямованість у роботі на кінцевий результат;
- відкритість до нових ідей, які можуть принести користь компанії;
- адаптація компанії до швидкозмінного зовнішнього середовища.

Лабораторії «Synevo» – це частина європейського медичного холдингу «Medicover», який представлений у 11 країнах світу, зокрема в

Україні, Німеччині, Польщі, Румунії, Туреччині, Білорусі, Грузії, Молдові, Болгарії, Сербії, Індії.

Medicover – лідер медичних і діагностичних послуг у Європі, засновано 1995 року в Польщі (Штаб-квартира холдингу — м. Стокгольм, Швеція). Холдинг має дуже амбіційну ціль: створити альтернативну комерційну систему охорони здоров'я в країнах Східної Європи. Мережа включає амбулаторні клініки, госпіталі, спеціалізовані установи та лабораторії, які поділяються на два напрями: сервіс охорони здоров'я та діагностичний сервіс.

Конкуентоспроможність компанії «Сінево» можна охарактеризувати, порівнявши її з іншими конкурентами. Наприклад з основним нашим конкурентом з медичною лабораторією «Діла» (див. таблиця 1).

**Таблиця 1** Порівняльна характеристика конкурентоспроможності ТОВ "Сінево Україна" з медичною лабораторією "Діла"

Медична лабораторія «Сінево»	Медична лабораторія «Діла»
Знаходиться у 134 населених пунктах України.	Знаходиться у 38 населених пунктах.
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знижка 10% при оплаті на сайті.</li> <li>2. Знижка 10%, 20%, 30% з особистого кабінету Вітаграмма.</li> <li>3. Щоквартально випускається журнал «Будь здорова!». У виданні, якого окрім цікавих статей про здоров'я можна знайти купони зі знижками 10%, 20%, 30% на деякі пакети досліджень лабораторії «Сінево».</li> <li>4. Знижка 10% для пенсіонерів при наявності пенсійного посвідчення.</li> </ol>	Знижка 10% при наявності картки Аптеки «Доброго Дня».

<p>5. Можливість оформити та сплатити замовлення онлайн. Це дозволяє вам економити свій час у самій лабораторії та не повідомляти свої дані оточуючим, оскільки в замовленні вже буде вказана потрібна інформація.</p>	<p>Можливість лише обрати потрібні послуги.</p>
--	---

Хоча компанія «Сінево» є лідером на ринку, вона потребує постійного удосконалення конкурентоспроможності з метою утримання власних лідерських позицій і для цього ми повинні звернути увагу на наступні стратегії удосконалення:

#### 1. Розширити надання медичних послуг.

На даний момент лабораторія «Сінево» виконує лише клінічні дослідження (аналіз крові; дослідження сечі, калу, демодекс, ПЛР-дослідження, дослідження уrogenітального матеріалу). Пропонуємо розробити перелік медичних обстежень таких як: УЗД, ЕКГ, ендоскопія, рентген. Це дозволить підвищити зацікавленість клієнтів у лабораторії «Сінево» та збільшити кількість споживачів.

#### 2. Надати можливість термінового виконання досліджень.

На сьогоднішній день у нашому світі існує така проблема як нестача часу, люди постійно кудись поспішають, виконують все в швидкому темпі. Інколи трапляються такі ситуації коли нам терміново потрібна інформація, а часу зовсім не має. Тому важливо, щоб клієнти могли скористатися послугою термінового виконання досліджень та вчасно отримати інформацію.

#### 3. Розробити перелік послуг у сфері надання першої медичної допомоги.

Дуже часто люди зіштовхуються з проблемою зробити собі або близькій людині ін'єкцію або поставити крапельницю. Вони починаються шукати знайомих або інших людей, які могли б допомогти їм у вирішенні цієї проблеми. Тому для підвищення конкурентоспроможності пропонуємо

«Сінево» почати надавати таку послугу як виклик медсестри для надання допомоги у виконанні ін'єкції та крапельниці.

Отже, підприємство ТОВ «Сінево Україна» має перевагу в конкурентоспроможності та підтримку з боку європейського медичного холдингу Medicover. Проте досягнути найвищої точки розвитку практично неможливо, тому необхідно постійно працювати задля вдосконалення та бути одним з кращих. Меж для вдосконалення немає. Конкурентна позиція не є сталим показником і під зміною середовища, даний статус може змінитися, якщо не працювати в напрямку стратегічного планування і розвитку.

### **Список використаних джерел та літератури**

1. Дикань В. Л. Сутнісні аспекти конкурентоспроможності національної економіки / В.Л. Дикань, О.Г. Кірдіна // Вісник економіки транспорту і промисловості. Збір наук. праць. Харків. 2015, 320 с.
2. Русин-Гриник Р.Р. Сутність та структура організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства / Р. Р. Русин-Гриник // Науковий вісник НЛТУ. України. 2017, 287 с.
3. Селезньов А. З. Конкурентні позиції та інфраструктура ринку. 2009, 382 с.
4. Харченко Т. Б. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств як засіб ринкового реформування економіки // Актуальні проблеми економіки. 2019, 259 с.
5. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства/ за заг. ред. Ю. Б. Іванова, О. М. Тищенко. ІНЖЕК. 2016, 384 с.
6. Єрмак А. В. Конкурентоздатність підприємства: сутність поняття / А. В. Єрмак / України. 201. с. 41- 44.
7. Яхно Т. П. Формування конкурентоспроможного ринку в Україні / Т. П. Яхно, В. А. Кавка // Вісник Харківського Національного університету. 2019, 324 с.