

СЕКЦІЯ 4

ОСОБЛИВОСТІ БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ (РІЗНИХ ФОРМ ВЛАСНОСТІ)

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ СФЕРИ ПОСЛУГ

М. В. БОРОВИК, д.е.н., проф.,

С. В. ШКОЛЯР, аспірант

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Управління підприємствами сфери послуг є складним завданням, оскільки включає в себе різноманітні види діяльності. Управління підприємствами сфери послуг - це комплекс дій та стратегій, спрямованих на організацію та оптимізацію роботи підприємств, які надають широкий спектр послуг. Сфері послуг притаманним є виконання економічних, соціальних, відтворювальних функцій; крім того, багато напрямів цієї сфери мають вирішальне значення у розвитку прогресу сучасного суспільства. Слід підкреслити значення сфери послуг у вирішенні соціальних завдань, оскільки більшість підприємств сфери послуг належать до малих підприємств, на яких нині працює близько 65 % зайнятих осіб вітчизняної економіки.

Підприємства сфери послуг працюють на ринку в умовах жорсткої конкуренції, що дозволило закордонним компаніям завойовувати вітчизняний ринок послуг. Більше того, в даний час значно знижено реальні доходи населення, а воно, в свою чергу, є основним споживачем послуг даних підприємств. Саме через жорстку ринкову конкуренцію виникає потреба у ефективному управлінні підприємствами сервісної діяльності.

Управління підприємствами сфери послуг - це свідомий цілеспрямований і постійний вплив суб'єктів управління на об'єкти та процеси, а також на участь у них людей, які мають на меті вибір напрямку діяльності підприємства сфери послуг та отримання бажаних результатів.

Цілями управління є підвищення прибутку і рівня рентабельності діяльності підприємства, зміцнення конкурентної позиції на ринку, формування конкурентних переваг; забезпечення адаптивності підприємства до зовнішніх умов, які постійно змінюються; а також реалізація інтересів власників, працівників і споживачів послуг підприємств. Ефективне управління підприємствами сфери послуг передбачає необхідність враховувати певні особливості, які притаманні підприємствам сфери послуг. Ці особливості пов'язані з предметом діяльності даних підприємств, а саме послугою, яка ними надається.

Поняття «послуга» розглядається у трьох наступних напрямках: з позиції галузі, де враховується спеціалізація; з позиції самої послуги, де до уваги

беруться її властивості, які враховують специфіку конкретної послуги; у якості альтернативи товару як матеріальному благу.

Аналіз літературних джерел дозволив переконатись, що виділяють специфічні особливості послуг [1, 2, 3], які полягають у нематеріальному характері послуг, нерозривності споживання та виробництва послуги, мінливості її якостей, нездатності до зберігання та залежності від виконавця послуги. Послуга в загальному сенсі є товаром, оскільки має свою вартість та цінність, але, водночас, має суттєві відмінності від товару. Послуга створюється під конкретного користувача, вона характеризується індивідуальністю та особистісним характером.

В процесі управління сучасними підприємствами сфери послуг необхідно враховувати такі фактори, які мають суттєвий вплив на управління підприємствами сфери послуг. До таких ключових факторів доцільно віднести наступні: висока динаміка сфери послуг, яка пов'язана не тільки зі збільшенням обсягів послуг у вартісному вираженні, а й у постійній мінливості самих послуг; короткий виробничий цикл даної сфери діяльності, що робить привабливим цей напрямок економіки для бізнесу; велика кількість у сфері послуг малих підприємств; локальний характер, територіальна сегментація; індивідуальність, відсутність посередників при наданні послуг; мінливість та нестандартність; невизначеність результату; високі вимоги до персоналу; проблеми у визначенні якості послуг та її стандартизації; тісний зв'язок з матеріальним виробництвом, оскільки виробничі підприємства в даний час не тільки виробляють матеріальний товар, а й надають широкий спектр послуг; тісний зв'язок маркетингу та процесу надання послуг; залежність зростання попиту на послуги від реальних доходів населення; залежність від місця розташування підприємства.

Управління підприємствами у секторі сфери послуг передбачає розробку та впровадження стратегій, спрямованих на досягнення бізнес-цілей, задоволення потреб клієнтів та забезпечення стабільного функціонування.

До ключових аспектів управління підприємствами сфери послуг доцільно віднести наступні:

1) ринкове дослідження: вивчення та аналіз ринку, визначення потреб клієнтів та виявлення конкурентних переваг підприємства; розробка стратегій маркетингу для залучення нових клієнтів та утримання існуючих;

2) якість обслуговування: висока якість послуг є ключовою для задоволення клієнтів та побудови позитивного іміджу підприємства; забезпечення навчання та мотивації персоналу для гарантування високого стандарту обслуговування;

3) ефективне управління персоналом: відбір, навчання та розвиток кваліфікованого персоналу; розробка ефективних систем мотивації та утримання персоналу на підприємстві;

4) технологічні інновації: використання сучасних технологій для полегшення операцій та підвищення ефективності діяльності підприємства; розробка CRM-систем, та інших інструментів автоматизації;

5) фінансовий менеджмент: ефективне управління бюджетом та фінансами; аналіз фінансових показників для прийняття стратегічних рішень.

Ефективне управління підприємствами сфери послуг вимагає гнучкості, адаптивності та здатності швидко реагувати на зміни в оточуючому середовищі. Управління підприємством сфери послуг з урахуванням перспектив має здійснюватися на основі гнучких екстрених рішень, оскільки постійні зміни у зовнішньому середовищі потребують негайної адекватної реакції з урахуванням цілей підприємства та наявних ресурсів. Щоб підприємству вижити та вести ефективну діяльність немає іншого шляху як шлях постійно уточнювати стратегії та ефективно використовувати обмежені ресурси у конкретний час.

Таким чином, сучасний ринок послуг висуває цілий комплекс певних вимог до системи управління підприємством. І такою основною вимогою є ефективне функціонування підприємства в умовах активних дій з боку як внутрішнього, так і зовнішнього конкурентного середовища. Саме тому, удосконалення організаційного механізму управління підприємством є неодмінною умовою забезпечення ефективної діяльності підприємств сфери послуг.

Список використаних джерел:

1. Данилишин Б., Куценко В., Остафійчук Я. Сфера та ринок послуг у контексті соціальної модифікації суспільства: монографія. Київ: ЗАТ «Нічвала», 2005. 328 с.

2. Рябова Т.А., Рябов І.Б. Особливості маркетингу у сфері послуг. *Приазовський економічний вісник*. 2018. Випуск 3(08). С. 78-81.

3. Мацук З. А. Теоретичні аспекти дослідження послуги як економічної категорії. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Економіка». 2016. № 2(30). С. 4–8.

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

М. В. БОРОВИК, д.е.н., проф.

К. О. ЧЕРЕДНИЧЕНКО, аспірант

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Наразі підприємства промислового комплексу України зазнають постійного негативного впливу факторів зовнішнього середовища. Це позначається на їх конкурентоспроможності, конкурентних позиціях, іміджі та фінансовому становищі. Управління є процесом, необхідним для підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств.

Завдяки впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на бізнес можуть виникати різні проблеми, які знижують конкурентоспроможність. Зокрема, вважається, що існують дві основні причини зниження конкурентоспроможності компанії: ендогенні та екзогенні.