

УДК 658.5

Пшоняк О. – ст. гр.. БМ-41

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ НАДАННЯ ПОСЛУГ**

Науковий керівник: к.т.н., доц. Гевко І.Б.

Послуга - це будь-який захід, або вигода, які одна сторона може запропонувати іншій і які, в - основному, невідчутні і не призводять до привласнення чого-небудь. Виробництво послуг може або не може бути пов'язаним з товаром в його матеріальному вигляді. Сфера послуг на сьогодні динамічно розвивається. Перерозподіл на ринку праці, зменшення використання праці у виробництві товарів збільшили невиробничу сферу, до якої можна віднести і ринок послуг. Крім того стрімко зростає обсяг бізнесових послуг у зв'язку з тим, що бізнес стає більш ускладненим, спеціалізованим і конкурентним. Ринкове середовище в галузі послуг передбачає наявність економічної свободи вибору, реалізації особистого інтересу як головного мотиву поведінки, вільного доступу до економічних ресурсів, інформації, вільного входу і виходу з галузі. Ринок формує умови вільної конкуренції, забезпечуючи таким чином еквівалентність обміну.

На основі прогнозування в сфері послуг повинне здійснюватися: по-перше, передбачення тенденцій розвитку суспільного відтворення на різних його рівнях, виходячи з дослідження закономірностей і факторів (внутрішніх і зовнішніх), його динаміки. При цьому варто враховувати нерівномірність і циклічність розвитку, як матеріального виробництва, так і сфери послуг; по-друге, виявлення і добір оптимального з альтернативних шляхів впливу на майбутній розвиток економічних відносин сфери послуг, виходячи з цілей і задач соціально-економічної, науково-технічної й екологічної політики, обґрунтування на цій основі планів галузі, програм регіонів, бізнес-планів окремих установ сфери послуг; по-третє, прогнозна оцінка коливань ринкової кон'юнктури і соціально-економічних наслідків запропонованих ринкових, програмних рішень, своєчасне їхнє коректування при істотній зміні стану ринку, структури попиту на послуги окремих галузей.

Сфера послуг сама повинна впливати на зміну структури потреб населення в послугах та формувати нові потреби населення. Глибина і масштабність майбутніх змін як у сфері послуг, так і у цілому, може ґрунтуватися на наступних основних принципах: багатоукладність галузей послуг; становлення нових організаційно-економічних структур, що організують свою діяльність на основі різних форм власності; управління і регулювання багатоукладним сектором послуг повинне здійснюватися на основі системи економічних відносин, що включають у себе як форми і методи ринкового регулювання, так і централізованого-планового керівництва; багатоукладна економіка сфери послуг повинна спиратися на відповідну систему фінансування, що передбачає різноманіття альтернативних джерел фінансування діяльності підприємств і установ галузей послуг.

Після уточнення сутності й характеристики послуг необхідно розглянути маркетингову стратегію. Маркетингова концепція має охоплювати всі етапи - від виникнення ідеї про нову послугу або з моменту появи потреби в новій послугі, до повного її задоволення, а саме: забезпечення гнучкості при наданні послуги - при здійсненні прямих контактів із клієнтами послуги необхідно персоніфікувати до потреб і бажань клієнтів; при наданні послуги необхідно використовувати тільки висококваліфікований персонал, людський фактор.