

УДК: 339

Микитюк Софія

Nikitiuk Sophia

Науковий керівник: викладач-методист, Обуд О. П.

ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»

**ІННОВАЦІЙНЕ УПРАВЛІННЯ СФЕРОЮ ПОСЛУГ НА ОСНОВІ
МАРКЕТИНГОВОГО ПІДХОДУ
INNOVATIVE ADMINISTRATION OF SERVICES ON THE BASIS OF
MARKETING APPROACH**

Відповідно до розвитку ринкових відносин, зростання витрат і неможливості стандартизації якості послуг усе більше підприємств сфери послуг починають проявляти інтерес до маркетингу. Стали широко користуватися окремими галузями сфери послуг елементи маркетингу для забезпечення високого рівня обслуговування населення.

Сучасний етап розвитку соціально орієнтованого суспільства передбачає формування індустріально-сервісного характеру економіки. Перехід економіки до соціально орієнтованих ринкових відносин, які націлені на всебічну активізацію людського фактора, на послідовне вдосконалення умов побуту і праці людей, а також більш повне, якісне задоволення їх зростаючих потреб, передбачає переважний розвиток «третинного» сектору економіки поряд з індустріальним. Добробут людини і задоволення його соціокультурних потреб, зростання сервісного сектору економіки виступають найважливішою характеристикою прогресивного розвитку соціально орієнтованого господарства. Реформи, що проводяться сьогодні в економіці України, викликали глибокі зміни у всіх сферах. Результатом ринкових реформ стало переосмислення ролі сфери послуг в економічному розвитку країни, створенні ВВП, вирішенні цілого комплексу соціально- економічних проблем в умовах ринкової

економіки. У той самий час подальший прогрес неможливий без всебічного і об'єктивного аналізу тенденцій розвитку ринку послуг та розроблення стратегії розвитку даної галузі.

У зв'язку з поступовим переходом на пріоритети товарного виробництва відбувається помітне пожвавлення економічної діяльності в усіх галузях національного господарства. У зв'язку з цим відбувається поступове збільшення обсягу наданих послуг населенню, а, отже, дана тенденція несе із собою сприятливі зміни у структурі сфери послуг. Очікувані позитивні зміни висувають на перший план необхідність формування стратегії розвитку сфери послуг у рамках удосконалення механізму розвитку сфери послуг. Практичну дію механізму управління розвитком сфери послуг передбачають постійний аналіз та уточнення цілей розвитку, завдань, наявних розробок з урахуванням зміни соціально-економічної ситуації, що вимагає, у свою чергу, проведення коригування розроблених раніше засобів і методів державного регулювання сфери послуг з перенесенням горизонту планування на більш перспективний період.

На сьогоднішній день здійснення реформ у сфері послуг відбувається в умовах старих управлінських структур і методів, які склалися при попередніх виробничих технологіях. Така ситуація негативно впливає на загальну ефективність діяльності галузі, тобто гальмує розвиток сфери послуг у цілому, а отже, вимагає впровадження нової стратегії розвитку. Особливе значення для розвитку в даних умовах являє стратегія інновацій. Стратегія інновацій передбачає набуття конкурентних переваг за допомогою створення принципово нових послуг або задоволення існуючих, або потенційних, споживачів новими послугами. Обравши дану стратегію, пропонується розроблення низки заходів щодо впровадження інновацій у кожному з галузей сфери послуг, а також збільшення частки сфери послуг у ВВП країни за рахунок коливань

рентабельності продажів або створення нового сегменту споживача, а також впровадження нових технологій виробництва послуг. Статистичний аналіз показує, що діяльність із створення і впровадження інновацій характеризується, з одного боку, високим рівнем ризику, з іншого – високим рівнем прибутковості.

Одним з етапів розроблення стратегії є визначення основних напрямків вирішення проблеми, яке передбачає цілеспрямований аналіз, складання витрат і прогнозування результатів реалізації різних варіантів інноваційних змін окремих елементів проблемної системи та її зовнішнього оточення. Для кожної окремо взятої проблеми можуть бути сформовані типові напрямлення рішень. Дії за рішенням різних проблем, локалізованих у досліджуваній системі, взаємозв'язані між собою спільністю заходів щодо поліпшення характеристик використовуваних ресурсів у ході реалізації різних стратегій у цілому. Ця обставина ускладнює загальний процес формування стратегії.

На сьогоднішній день упровадження ринкових інновацій є гострою проблемою розвитку ринку послуг у цілому у зв'язку з відсутністю інтерферентності, тобто функціонування системи розпадається на складові, зменшується взаємовплив окремих ринкових факторів розвитку і руйнується цілісність маркетингового підходу.

Однак, аналізуючи зростання зацікавленості у використанні маркетингових інструментів, необхідно зупинитися на існуванні великої кількості факторів, що обмежують можливості розвитку маркетингових технологій у сфері послуг, а саме: – несприятливі фактори зовнішнього середовища, які пов'язані з відставанням розвинених цивілізованих ринкових відносин; – непослідовність інвестиційної державної політики; – відсутність повноцінного регулювального впливу з боку держави на розвиток галузей сфери послуг, які потребують цього впливу.