

## ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ І РОЗВИТКУ СФЕРИ ПОСЛУГ

*Чупета Д. О.*

*Науковий керівник: Блага В.В., к.е.н., доцент  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Економіка нашої країни, вступаючи на шлях інтенсивного розвитку та інноваційного оновлення всіх сфер діяльності, стикається з проблемою ідентифікації мінливих станів ринку, що викликані наступними причинами:

- перерозподілом ресурсів між учасниками відносин;
- новими викликами трансформованого економічного простору;
- підвищенням вимог споживачів та інших ринкових агентів до якості і характеру виробленої продукції та послуг;
- мінливими інтересами регіональної економіки;
- несприятливими обставинами і факторами зовнішнього оточення;
- мінливим станом внутрішнього середовища бізнесу;
- невизначеністю стратегії розвитку вітчизняної соціально-економічної системи;
- протиріччями, розбіжностями й конфліктами між власниками і наймаючою робочою силою.

Сфера послуг, виступаючи зв'язуючою ланкою міжгалузевих, межсуб'єктних, міжособистісних зв'язків, піддається змінам, які зачіпають різні зрізи соціально-економічного життя суспільства і різних учасників відносин і впливають на характер перетворень у всіх складових життєдіяльності нашого суспільства. Ці зміни можуть прискорюватися на інноваційній основі, або ж стримуватися з причин різного характеру. Інфраструктурні перетворення в соціально-економічному житті пересічної людини гальмуються через зниження мотиваційної активності бізнесу та його працівників у всіх сферах діяльності, найбільш чітко виявляючи свою недостатню ефективність в період нестабільної економіки [1, 2].

Інноваційний компонент, будучи тим вихідним елементом, який здатний створити умови для ініціювання змін різного характеру і масштабу, стає визначальним при побудові бізнес-моделей і бізнес-процесів, орієнтованих на адаптаційні маніпуляції зі свідомістю і поведінкою споживача, інвесторів, ринкових агентів різних сфер діяльності і видів професійної праці [3, 4].

Нестабільність економічного розвитку різних сфер діяльності вимагає перегляду позицій бізнесу щодо побудови комунікаційних мереж, які можуть змінити ринкове становище суб'єктів у тій чи іншій сфері і створити передумови для раціональної адаптації їх організаційно-економічних механізмів до умов мінливого зовнішнього оточення і змінити внутрішній стан самого бізнесу.

Раціональна маркетингова поведінка суб'єктів та їх бізнес-партнерів стає інструментом набуття ними сприятливого конкурентного становища навіть в

умовах нестабільного економічного розвитку і загострення конкуренції [5].

Розуміючи цілі та завдання розвитку сфери послуг, слід орієнтуватися на інноваційні складові бізнес-процесів, на інтеграцію ресурсів в напрямку побудови збалансованих взаємодій між учасниками відносин на принципах соціальної відповідальності, на усталених нормах морально-етичної поведінки, на маркетинговій орієнтації бізнесу відповідно до комунікаційного хисту різних агентів ринку до співпраці та партнерства в інтересах досягнення консенсусу в розподілі одержуваних переваг та благ від намічених перетворень і модернізації професійної діяльності з використанням передових технологій і сучасних маркетингових інструментів впливу на цільові аудиторії різних сфер діяльності [6].

Суттєвим моментом в розумінні сфери послуг як виду економічної діяльності є її сприйняття в свідомості споживачів тією областю життя людини або комунікацій суб'єктів господарювання та інших соціумів, в якій втілюються зусилля сторін по реальному задоволенню заявлених потреб, що формуються в суспільстві і в його соціально-економічному просторі. Реалізація функцій в сфері послуг, розширення під впливом науково-технічного прогресу і в результаті появи новацій різного призначення, повинна будуватися на принципах соціально-орієнтованої взаємодії клієнтів (споживачів), господарюючих та інших суб'єктів ринкових відносин. Ця взаємодія має відображати здорову логіку взаємовигідного партнерства, будуватися на принципах моральності, моралі, етики, соціальної справедливості та раціонального ресурсного покриття реалізованих дій, проєктів і заходів щодо підвищення ефективності функціонування і розвитку сфери послуг.

### Література:

1. Цебренко М. Інноваційна модель розвитку національної економіки України. URL: <http://www.iweir.org.ua/cebrenko.rtf> (дата звернення 19.02.2021)
2. Мальська М. Теоретико-методологічні засади оцінки місця і ролі сфери послуг у системі національної економіки країни. *Вісник Львівського університету*. Серія міжнародні відносини. 2011. Вип. 28. С. 253–261.
3. Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг : навч. посібник. К. : Центр учбової літератури, 2012. 384 с.
4. Моргулець О. Б., Клеца Л. М. Сфера послуг України: реалії сьогодення. *Вісник КНУТД*. 2009. № 3. С. 154–159.
5. Янковська Л. А. Стратегічні пріоритети розвитку сфери послуг України на засадах постіндустріальної економіки. *Ефективна економіка*. 2013. № 2. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1775>.
6. Пілюшенко В. Л., Аракелова І. О. Стратегія інноваційного управління сферою послуг на основі маркетингового підходу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2013. №4. URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>