

спеціального втручання держави. Делеговане саморегулювання передбачає, що держава усвідомлено передає окремі необхідні функції державного регулювання саморегулювальним організаціям, пред'являючи при цьому певні вимоги до них і наділяючи їх відповідними правами.

Через Верховну раду вже пройшло три законопроекти щодо саморегулювання, але наявність в них протиріч діючому законодавству, неопрацьованість багатьох положень не дозволили прийняти жоден з них.

Саморегулювання бізнесу повинне розглядатися як важлива складова інституційного механізму суспільства, використання якої дозволить удосконалити регуляторний механізм розвитку малого бізнесу.

Необхідно вкрай обережно ставитися до саморегулювання галузевих ринків, для яких характерним є прояв тенденцій до монополізації. Делегування повноважень по державному регулюванню учасникам таких ринків неприпустимо, оскільки саме держава покликана долати негативні наслідки монополізації (державне втручання сприяє більш оптимальному розподілу ресурсів і реалізації соціально значимих завдань).

Крім того, необхідний якісний антимонопольний контроль за діяльністю організацій саморегулювання, щоб запобігти випадкам необґрунтованого обмеження конкуренції з боку таких організацій. Це особливо важливо, якщо СРО в тій або іншій формі передаються повноваження по допуску на ринок[5].

В Україні, з'явилась думка, що країна з кожним роком усе більше потребує саме моделі розвитку відносин влада–підприємництво–споживач і на використання інституту саморегулювання багато хто покладає великі надії. Об'єктивні передумови для цього є. Дійсно, основною характеристикою української економіки з погляду можливості і доцільності розвитку саморегулювання є наявність у більшості сфер економічної діяльності надлишкового адміністративного тиску, що гальмує її розвиток та супроводжується тотальною корупцією. На державному рівні підтверджується факт наявності 40% економіки в тіньовому секторі.

Усунення бар'єрів і економічно необґрунтованих обмежень залишається основним завданням саморегулювальних організацій в області підтримки бізнесу і створення конструктивного діалогу бізнесу з державою з врахуванням балансу інтересів[6].

Література:

1. Офіційний сайт Держкомстату України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.
2. Крючкова П.В. Саморегулирование хозяйственной деятельности: институциональный анализ / П.В. Крючкова. – М.: ТЕИС, 2005. – 180с.
3. Розвиток саморегулювання на ринку фінансових послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://m.pidruchniki.com/12281128/finansirozvitok_samoregulyuvannya_rinku_finansovih_poslug
4. Оцінка бар'єрів розвитку малого підприємництва в регіонах України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: file:///C:/Users/User/Downloads/Modre_2013_2_25.pdf
5. В Украине по-прежнему зашкаливает уровень коррупции [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gorod.dp.ua/news/news.php>.
6. Саморегулювання в Україні: переваги та недоліки в сучасних економічних умовах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://economy.kpi.ua/files/files/15_kpi_2012.docx

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В СФЕРІ ПОСЛУГ

к.е.н., доцент М.О. Акулюшина,

К.Ф. Рошу

Одеський національний політехнічний університет

Стратегічне управління – це таке управління організацією, яке опирається на людський потенціал як на основу організації, орієнтує виробничу діяльність на потреби споживачів, гнучко реагує й здійснює своєчасні зміни в організації, які відповідають викликам з боку зовнішнього

оточення й дозволяє створювати конкурентні переваги, що в сукупності дає можливість організації вижити в довгостроковій перспективі, дотягшись своєї мети [1].

Послуги відображають корисний ефект, задоволеність та цінність, яку вона надає покупцеві, тому варто приділяти особливу увагу таким поняттям як: персонал, місія та стратегічний аналіз.

Стратегія визначає основні цілі та дії підприємства, за допомогою яких вона може досягнути своїх бажаних результатів.

Місія організації – це головна мета її існування, в якій дається відповідь на такі запитання: яка основна причина існування організації, які цілі вона ставить на своєму шляху, хто будуть покупцями та яке буде до них ставлення, як організація відноситься до своїх робітників, суспільства та які у неї основні принципи діяльності.

Поняття послуг охоплює всі види діяльності, що не завершуються виробництвом продукту, але сприяють процесу виробництва, покращуючи продуктивність. До послуг належить фінансова і банкова діяльність, транспорт, оптова і роздрібна торгівля, страхування, інформаційна галузь, медицина, освіта та індустрія розваг тощо.

У сфері послуг вироблення місії організації необхідне як для комерційних, так і для некомерційних організацій. Суть місії комерційного підприємства полягає у тому, щоб задовольнити потреби клієнта найкращим чином, у порівнянні з конкурентами, тому особливе значення варто приділяти споживачеві. В умовах вироблення стратегії потрібно застосовувати нестандартний підхід, який вимагає неординарних рішень, оскільки усі стандартні рішення вже відомі усім конкурентам.

Місія будь-якого підприємства націлена на вирішення усіх проблем свого споживача. Тому, все чим займається підприємство, повинне орієнтуватися на цю мету. Некомерційні підприємства більшою мірою зацікавлені в ефективній роботі свого персоналу, але вони не завжди замислюються про пріоритети власної діяльності, хоча прагнуть щоб усі власні ресурси були розподілені раціонально, та весь персонал показував ефективну роботу в організації.

На основі місії виробляються цілі організації. Цілі – це бажаний стан, якого можна досягти спільними зусиллями всіх робітників в заданий проміжок часу.

Стратегічний менеджмент – це процес, за допомогою якого менеджери встановлюють довгострокові напрями організації, специфічні цілі, розробляють стратегії для досягнення цих цілей з урахуванням зовнішніх і внутрішніх обставин і зобов'язуються виконувати розроблені плани дій [2–3].

Як цілі організації можуть бути рухливими, так і стратегії не можуть бути заздалегідь детально вибудовані [3].

Рішення про основні напрями роботи підприємства, управлінські процедури виробляються на основі прийнятих цілей та результатів стратегічного аналізу.

Стратегічне планування – це довгострокове планування на основі проміжних цілей. Стратегія визначається головною ціллю та проміжними цілями, які дозволяють досягнути головної цілі. Цілі, які визначають стратегічний план, називають стратегічними цілями. Результатом стратегічного планування є стратегічний план. Стратегічний план підприємства створюється для того, щоб максимально допомогти підприємству використовувати свої можливості на ринку, який має властивість змінюватися. Для цього організації можуть використовувати інтелектуальний потенціал свого підприємства та професійних консультантів в галузі стратегічного менеджменту [4].

В залежності від позиції підприємства на ринку та з урахуванням ринкової ситуації розробляється стратегія та планування організації.

Кон'юнктура ринку – це найважливіші ознаки, сукупність певних умов, обставини, які здатні впливати на вирішення якої-небудь справи. Вона має властивість змінюватися знезацька, так само як ринок. Стратегічні цілі кон'юнктурного аналізу вимагають виявлення та моделювання закономірностей ринкового механізму. Це дозволяє прогнозувати розвиток ринку і обґрунтовувати застосування економічних механізмів регулювання [4].

Логічним продовженням кон'юнктурного аналізу є розгляд стратегічного аналізу, який представляє собою сукупність наукових та власних прикладних методів, моделей та прийомів дослідження.

Стратегічний аналіз включає в себе аналіз стратегічних ситуацій і проблем, які виникають на шляху у підприємства, розгляд й прогнозування купівельного попиту, аналіз поведінки персоналу та споживачів на ринку, змога оцінювати власний потенціал підприємства і його конкурентний аналіз.

Організація стратегії полягає в аналізі внутрішнього середовища підприємства, розрахунку конкурентоспроможності для досягнення бажаних цілей. Підвищення культури обслуговування персоналу найкращим чином впливає на лояльність покупця та його подальшу покупку.

У сучасному суспільстві сфера послуг, задовольняючи широкий спектр суспільних та індивідуальних потреб, сприяє ефективному розвитку економічних і соціальних відносин. Система доставки послуг спрямована на організаційне підвищення попиту, обслуговування покупців, підготовку процесу надання послуг й власне їх надання [3–5].

В процесі реалізації стратегічного контролю можливо відстежити стан справ підприємства щодо реалізованої стратегії, але у сфері послуг все досить складно розробити, оскільки дуже важко оцінити ефективність та якість наданої послуги.

Для того, щоб реалізувати стратегію потрібно організувати систему збору та обробки інформації, заданими заздалегідь у стратегічних планах або програмах, виявити відхилення, оцінити їх та проаналізувати основні причини їх появи. Завдання стратегічного контролю полягає у тому, щоб підприємства максимально близько реалізувало свої стратегічні цілі в намічений період часу.

Література:

1. Виханский О.С., Наумов А. И. В54 Менеджмент: Учебник. – 3-е изд. – М.: Экономистъ, 2003.– 528 с.
2. Strategic Management: Concepts and Cases Артур А. Томпсон – Младший, А. Д. Стрикленд III 12-е изд., Пер. с англ. – М.: Изд. дом "Вильямс", 2006. – 928 с.
3. Концепція реформування системи соціальних послуг в Україні, схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України 13 квітня 2007 р. № 178-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=178-2007-%F0
4. Семигіна Т.В. Соціальні послуги в Україні: сьогодення та перспективи [Семигіна Т.В., Міщенко К.С., Кіча Т.Г.] / К.: ВК „Зірка”, 2007. – 52с
5. Кон'юнктура ринку та її дослідження.[Електронний ресурс]. Режим доступу: https://studme.com.ua/12920522/marketing/konyunktura_rynka_issledovanie.htm

МЕТОДИ СУЧАСНОГО ВПРОВАДЖЕННЯ МОТИВАЦІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ СЕРВІСУ КОМПАНІЇ

*к. е. н., доцент М. О. Акулюшина,
А. О. Швидка*

Одеський національний політехнічний університет

На сьогоднішній день немає жодного сумніву, що саме співробітники є найголовнішим ресурсом будь-якої компанії. Ефективність трудової діяльності, якість наданих послуг, кількість постійних клієнтів, прибуток підприємства – усе це залежить від працівників.

Саме це й формує актуальність проблеми мотивації персоналу, особливо в часи кризових явищ економіки.

Навички і професіоналізм співробітників визначають успіх компанії, а мета діяльності менеджерів полягає у максимально ефективному використуванні можливостей персоналу, оскільки існує прямий зв'язок між мотивацією працівників та ефективністю їх праці і зокрема якістю надання сервісних послуг [1–2].

Мотивація – це сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, що спонукають людину до діяльності, задають межі і форми діяльності і спрямовують цю діяльність на досягнення певних цілей [3].

Крім основного мотивуючого фактора, яким являється заробітна плата, є ще ряд інших, які спонукають працівників до сумлінного виконання своїх обов'язків. В наш час існує безліч способів впливу на мотивацію конкретної людини, кількість яких постійно збільшується. Крім того, той фактор, що побуджує працювати сьогодні, завтра може позначитися негативно або зовсім не подіяти. Як свідчить практика, стандартні премії і надбавки, що сьогодні використовуються на підприємствах не завжди являються достатніми для стимулювання необхідного рівня мотивації, тому, на мою думку,