

Не дивлячись на те, що окремі положення теорії У. Айзарда вимагають коректування з врахуванням глобалізації ринків і конкуренції, основні підходи до теорії регіонального цілепокладання зберігають свою актуальність і в сучасній економіці. Структуризація цілей регіональної системи, що прагне до ідеалу, розроблена Р. Акоффом і Ф. Емері. Вони запропонували винести на верхні рівні структури цілей наступні складові: достаток, правда, добро, краса. Деталізацію політико-економічних цілей Р. Акофф і Ф. Емері виконують за функціонально-галузевим принципом: промисловість, будівництво, комунікації, торгівля, фінанси і податки, охорона здоров'я, армія і оборона [2, С. 5].

Висновки та пропозиції. Таким чином, дослідження еволюції економічної теорії і сучасних концепцій економічного розвитку, а також практики показує, що регіон стає не лише суб'єктом цілепокладання, але і суб'єктом економічного розвитку. Тому з точки зору методології вивчати регіон лише як суб'єкт цілепокладання необхідно, але недостатньо. Доповнення теоретичного аналізу регіональних цілей системно-діалектичним аналізом регіону як суб'єкта розвитку і процесу формування стратегічних цілей дозволяє системно використовувати цільовий підхід до вивчення регіону («зверху вниз») і суб'єктно-функціональний підхід (від ціленосіїв «знизу вгору»).

Регіон необхідно досліджувати як суб'єкт економічного розвитку в цільовому і функціональному аспектах за наступними основними напрямками: як державно-територіальне утворення, як систему, як організацію, як суб'єкт стратегічного управління.

Список використаних джерел:

1. Дармограй В. І. Стан та тенденції соціально-економічного розвитку регіону / В. І. Дармограй // Зб. наук. пр. Черкаського держ. технол. ун-ту. Серія: Економічні науки. – Черкаси : ЧДТУ, 2006. – Вип. 16. – С. 152–159.
2. Жилияев І. Б. Визначення історичного часу завершення трансформації соціально-економічної системи України / І. Б. Жилияев // Економіка та держава. – 2007. – № 6. – С. 5–8.
3. Кондіус І. С. Методика аналізу та оцінки соціальної складової стійкого розвитку регіону / І. С. Кондіус // Економічні науки. Серія: Регіональна економіка : зб. наук. пр. / за ред. проф. З. В. Герасимчук. – Луцьк : ЛНТУ, 2007. – Вип. 4 (13). – Ч. 1. – С. 170–182.
4. Черевко О. В. Методичні основи системного дослідження соціально-економічних процесів в регіоні / О. В. Черевко // Зб. наук. пр. Черкаського держ. технол. ун-ту. Серія: Економічні науки. – Черкаси : ЧДТУ, 2005. – Вип. 13. – С. 59–62.
5. Щепак В. В. Особливості соціально-економічної системи регіону / В. В. Щепак // Економіка Криму. – 2010. – № 2 (31). – С. 36–41.

Ключові слова: регіон, цілі, стратегії, розвиток, соціально-економічний розвиток.

Ключевые слова: регион, цели, стратегии, развитие, социально-экономическое развитие.

Keywords: Region, goals, strategies, development and socio-economic development.

УДК 145.477

КОНЦЕПЦІЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В СФЕРІ ПОСЛУГ

Ковтун В.Г., здобувач, Черкаський державний технологічний університет, м. Черкаси

Ковтун В.Г. Концепція стратегічного управління в сфері послуг.

В роботі досліджено теоретичні основи розробки концепції стратегічного управління в сфері послуг регіонів України. Розглянуто значення функцій стратегічного управління в сфері послуг. Місія формує загальні настанови і принципи, що визначають призначення організації і її взаємодію з іншими об'єктами. Стратегія – система взаємопов'язаних рішень і настанов, що визначають пріоритетні напрями дій щодо реалізації місії організації, а цілі визначають кінцеві й проміжні стани в реалізації стратегії. Визначено концепції стратегічного управління у сфері послуг. Встановлено основні підходи до розробки стратегії розвитку сфери послуг. Приділено увагу новому методу контролю – бенчмаркінгу. Це особлива управлінська процедура впровадження в практику роботи організації технологій, стандартів і методів роботи кращих організацій. У рамках бенчмаркінгу здійснюється пошук організацій (підприємств), які показують найвищу ефективність, навчання методам їхньої роботи і реалізація передових методів у власній практиці. З'ясовано, що основним підходом до розробки стратегії розвитку сфери послуг є системний підхід, де кожний елемент системи повинен розглядатися як система (підсистема) більш широкої глобальної системи.

Ковтун В.Г. Концепция стратегического управления в сфере услуг.

В работе исследованы теоретические основы разработки концепции стратегического управления в сфере услуг регионов Украины. Рассмотрено значение функций стратегического управления в сфере услуг. Миссия формулирует общие наставления и принципы, которые определяют назначение организации и ее взаимодействие с другими объектами. Стратегия - система взаимосвязанных решений и наставлений, которые определяют приоритетные направления действий относительно реализации миссии организации, а цели определяют конечные и промежуточные состояния в реализации стратегии. Определены концепции стратегического управления в сфере услуг. Установлены основные подходы к разработке стратегии развития сферы услуг. Уделено внимание новому методу контроля - бенчмаркингу. Это особенная управленческая процедура внедрения в практику работы организации технологий, стандартов и методов работы лучших организаций. В рамках бенчмаркинга осуществляется поиск организаций (предприятий), которые показывают наивысшую эффективность, обучение методам их работы и реализация передовых методов в собственной практике. Выяснено, что основным подходом к разработке стратегии развития сферы услуг является системный подход, где каждый элемент системы должен рассматриваться как система (подсистема) более широкой глобальной системы.

Kovtun V. The concept of strategic management in the service sector.

In work theoretical bases of the strategic management development concept in a services sector of regions of Ukraine are described. Value of strategic management functions in a services sector is considered. Mission formulates the general manuals and the principles which define appointment of the organization and its interaction with other objects. Strategy - the system of interconnected decisions and manuals which define the priority directions of actions concerning realization of the organization's mission, and the purposes define final and intermediate conditions in strategy realization. Concepts of strategic management in a services sector are defined. The main approaches to development of strategy of a services sector development are established. The attention to a new control method - to a benchmarking is paid. It is special administrative procedure of introduction in practice of work of the organization of technologies, standards and methods of the best organizations work. Within a benchmarking search of the organizations (enterprises) which show the highest efficiency, training in methods of their work and realization of the advanced methods in own practice is carried out. It is found out that the main approach to development of strategy of development of a services sector is system approach where each element of system has to be considered as system (subsystem) of the global system.

Постановка проблеми. В даний час роль сфери послуг, як одного з найважливіших секторів економіки, дуже велика і актуальна. В нашій країні сфера послуг зазвичай розглядалася як невинувачена і результати її діяльності не враховувалися і національному доходу країни. Проте з переходом України до ринкової економіки ситуація суттєво змінилася. Сфера послуг почала розвиватися швидкими темпами, з'явилося багато нових видів послуг. До даної сфери залучилося велика кількість нових підприємств створюючи нові робочі місця. На даний час рівень розвитку сфери послуг є одним з найважливіших показників соціально-економічного стану країни, оскільки знаходиться під впливом непростих суспільно-економічних процесів та є основним чинником динамічного розвитку країни.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням розвитку сфери послуг присвятили праці багато науковців, серед яких варто виділити Куценко В.І., Бандура С.І., Трілінберга Г.І., Удовиченка В.П., Остафійчука Я.В, Білоконя Т.Г. та ін.

Виділення невирішеної проблеми. Проте питанню розробки концепції стратегічного управління в сфері послуг на рівні регіону в даний час не приділено достатньої уваги. **Цілі статті.** Метою даної статті є дослідження теоретичних основ розробки концепції стратегічного управління в сфері послуг регіонів України.

Виклад основного матеріалу. Система управління в сфері послуг пов'язана із цінностями, які послуги представляють для покупця й ступенем задоволеності персоналу підприємства сфери послуг, тому особливе значення варто приділяти стратегічному баченню послуги, тобто місії і персоналу (рис. 1).

Стратегічне планування визначає основні цілі й напрямки дій організації, забезпечує досягнення обраних цілей шляхом використання наявних переваг й створення нових.

Місія – це чітко виражена загальна мета, в якій дається відповідь на питання: для чого існує організація (причина її існування), які цілі переслідує організація; хто основні споживачі і яке до них ставлення; в чому полягає основна філософія організації, як вона відноситься до суспільства, до своїх робітників, які основні цінності визнаються працівниками; які основні принципи діяльності організації. Місія визначає сутність діяльності організації, її базові цілі й принципи діяльності, допомагає об'єднати зусилля в одному напрямі. Головне питання, на яке відповідає місія, – яку людську потребу задовольняє організація.

У сфері послуг вироблення місії організації необхідне як для комерційних, так і некомерційних структур. Місія комерційного підприємства полягає в задоволенні потреб покупця найкращим, у порівнянні з конкурентом, чином, тому під час розробки цінності послуги підприємство зосереджується на споживачі. В умовах вироблення стратегії – найкращий латеральний підхід, тобто нестандартний, який вимагає неординарних рішень, оскільки усі стандартні рішення уже відомі конкурентам.

Місія будь-якого бізнесу полягає у вирішенні проблем споживача. Тому все, що робить організація, повинне орієнтуватися на цю мету. Це справедливо й для муніципальної, і для регіональної адміністрації. Їхня місія також полягає у вирішенні проблем споживачів їхніх послуг. У державній сфері дуже важливо, щоб

державні службовці знали загальні цілі організації, в якій вони працюють. Більшість некомерційних організацій не замислюється про пріоритети власної діяльності, хоча вони більшою мірою, ніж комерційні організації, зацікавлені в створенні системи ефективної роботи персоналу, інакше ресурси розподілятимуться нерационально, а співробітники й клієнти розчаровуватимуться низькою ефективністю роботи організації.

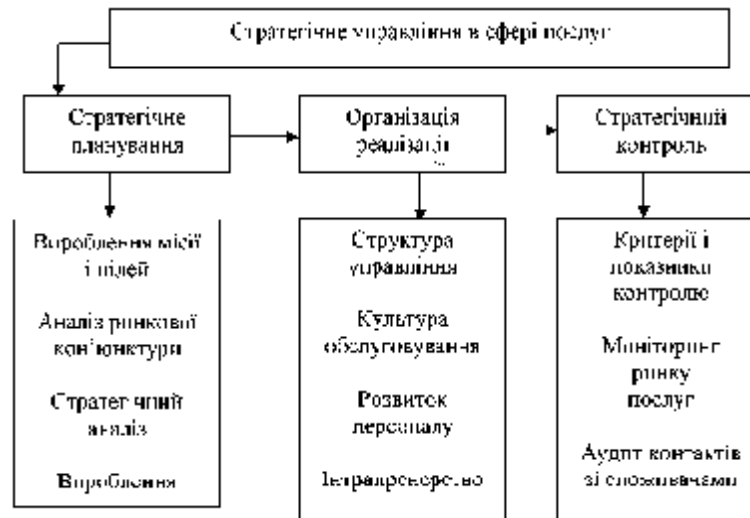


Рис. 1. Значення функцій стратегічного управління у сфері послуг

Діяльність значної частини некомерційних організацій визначається розпливчастими «суспільними інтересами» і благими намірами, а невдачі пояснюються дефіцитом ресурсів і політичних директив. Керівники знімають із себе відповідальність за здійснення стратегії заради адміністративної роботи.

Як приклад, можна навести Великобританію, де місія є в уряді, окремих міністерствах, департаментах і відділах. Навіть лондонське метро має свою місію, яка не тільки широко відома всім робітникам метро, але й доведена до відома кожного пасажира: на вході у метро кожен може взяти листочок з викладом місії цієї організації. В цьому випадку місія організації слугує одночасно цілям підвищення ефективності роботи персоналу метро і встановленню позитивного взірця даної організації в очах споживачів її послуг.

На основі місії виробляються цілі організації, які мають наступні характеристики: вимірність: будь-яку, навіть якісну мету доцільно переводити в кількісний вимір; орієнтація в часі; досяжність: мета має бути реальною; взаємозв'язок цілей.

Ясно викладена місія організації сприяє покращенню якості стратегічних рішень, що підкреслюється в роботі Петрова А.М., тут же виділяється п'ять причин такого висновку:

- 1) Місія є викладенням принципів успіху.
- 2) Місія дозволяє організації бути організаційно і соціально орієнтованою.
- 3) Місія підвищує відчуття ототожнення персоналу з організацією.
- 4) Місія сприяє визначенню домінант діяльності.
- 5) Місія допомагає збалансувати інтереси підприємства і споживача [, с. 202].

Таким чином, місія формулює загальні настанови і принципи, що визначають призначення організації і її взаємодію з іншими об'єктами. Стратегія – система взаємопов'язаних рішень і настанов, що визначають пріоритетні напрями дій щодо реалізації місії організації, а цілі визначають кінцеві й проміжні стани в реалізації стратегії. Цілі рухливі так само, як і зовнішні умови, тому стратегії не можуть бути заздалегідь детально вибудовані. На основі прийнятих цілей і з урахуванням результатів стратегічного аналізу виробляються рішення про основні напрями дій і відповідні управлінські процедури.

Для розробки стратегічного плану розвитку організації можуть використовувати інтелектуальний потенціал самої організації і професійних консультантів в галузі стратегічного менеджменту.

Розробка стратегії й планування здійснюється з урахуванням ринкової ситуації й позиції підприємства на ринку. Ринкова ситуація, за визначенням Беляєвського І.К., являє собою поєднання умов і обставин, що створюють конкретну ситуацію, або становище на ринку. Дане поняття тісно пов'язане з поняттям «кон'юнктура ринку» і трактується як «...стан ринку або конкретна економічна ситуація, існуюча на даний момент або обмежений відрізок часу під впливом комплексу сил, факторів і умов» [1, С. 46].

Необхідність вивчення ринкової кон'юнктури визначається орієнтацією підприємства на інтереси ринку, але ринок мінливий, його кон'юнктура може змінюватися зненацька, підкоряючись ймовірним законам.

Основними аналізованими показниками кон'юнктури ринку є: масштаб ринку – його ємність, тобто сумарний обсяг реалізованої продукції (послуг), число підприємств; ступінь збалансованості ринку – співвідношення попиту й пропозиції; тип ринку; динаміка ринку; ступінь ділової активності; рівень стабільності основних параметрів в динаміці і просторів; рівень ринкового ризику; циклічність ринку; середня норма прибутку.

Логічним продовженням кон'юнктурного аналізу є стратегічний аналіз, який охоплює більш широке коло проблем і глибше вивчає взаємозв'язки і закономірності явищ та націлений на прогнозування довгострокових перспектив ринкової ситуації.

Стратегічний аналіз включає в себе аналіз впливу макросередовища на ринкову ситуацію, вивчення й прогнозування купівельного попиту, аналіз реакції ринку на зміну ситуації, аналіз поведінки покупців на ринку, оцінку власного потенціалу підприємства і його конкурентоздатності, конкурентний аналіз.

Організація реалізації стратегії полягає в розподілі стратегічних завдань у структурі управління. Розвиток персоналу, підвищення культури обслуговування й інтрапренерство, тобто розвиток внутрішньо-організаційного підприємництва [2, С. 14], сприяє лояльності покупця й повторній купівлі, а також залученню нових клієнтів. Система доставки послуги включає в себе підготовку процесу надання послуг і власне їх надання. Засоби обслуговування, технології й обладнання, процеси доставки послуги й опис робіт службовців можуть дозволити досягти підприємству значних конкурентних переваг.

Відстеження стану підприємства щодо реалізованої стратегії можливе в ході реалізації стратегічного контролю. У сфері послуг стратегію досить складно розробити, оскільки важко оцінити якість надаваної послуги й продуктивність праці. Це пов'язано з розходженнями в якості й складності визначення елементів, з яких складається послуга – вибору серед альтернативного варіанту подання результату діяльності, врахування ролі споживача в наданні послуги. Для вирішення вказаних проблем необхідно розробити систему моніторинг ринку, проводити періодично аудит контактів зі споживачами, наприклад, оцінку роботи викладача студентами й публікацію рейтингу за кожний семестр. Зворотний зв'язок допомагає змінити позицію персоналу.

Для цього організується система збору й обробки інформації щодо реалізації стратегії, зіставлення її з параметрами, заданими заздалегідь у стратегічних планах або програмах, виявлення відхилень, аналіз причин, що викликали такі відхилення, їх оцінка й ухвалення рішення щодо коригувального впливу. Завдання стратегічного контролю полягає не в тому, щоб зафіксувати невиконання або якийсь зрив, а в тому, щоб не допустити зриву, досягти стратегічних цілей у намічений термін.

Процес стратегічного контролю ділиться на наступні стадії:

- вироблення критеріїв оцінки;
- співставлення з ними реальних результатів;
- проведення необхідних коригувальних впливів.

Критерії оцінки будуються на основі конкретних цілей, які були вироблені на стадії стратегічного планування. Ці цілі повинні бути вимірними й орієнтованими в часі, так, щоб можна було зіставити результати, отримані організацією, підрозділом або окремою людиною, з відповідними цілями. Безпосередньому кількісному виміру піддаються не всі цілі. У цих випадках корисно формувати непрямі показники.

Розвиток потужних інформаційних систем, функціонуючих на базі сучасної обчислювальної техніки й телекомунікаційних технологій, дозволяє збирати, обробляти й зберігати інформацію стосовно суті інформаційних потоків, що беруть участь у процедурі контролю. Загальною тенденцією контролю у всіх передових організаціях стає зменшення числа контрольованих показників з одночасним збільшенням числа вимірів і підвищенням ефективності кожної процедури контролю.

У світовій практиці широко поширився новий метод контролю – бенчмаркінг. Це особлива управлінська процедура впровадження в практику роботи організації технологій, стандартів і методів роботи кращих організацій. У рамках бенчмаркінгу здійснюється пошук організацій (підприємств), які показують найвищу ефективність, навчання методам їхньої роботи і реалізація передових методів у власній практиці.

Не тільки керівники комерційних фірм, але й керуючі організаціями суспільного сектора, а також державні службовці багатьох країн світу використовують бенчмаркінг як інструмент оцінки виконаної роботи і для передачі передового досвіду управління.

Висновки та пропозиції. В роботі визначено концепції стратегічного управління у сфері послуг. Встановлено, що стратегічне планування визначає основні цілі й напрямки дій організації, забезпечує досягнення обраних цілей шляхом використання наявних переваг й створення нових. З'ясовано, що основним підходом до розробки стратегії розвитку сфери послуг є системний підхід, де кожний елемент системи повинен розглядатися як система (підсистема) більш широкої глобальної системи.

Список використаних джерел:

1. Будник А.П. Супервізія і кураторство в соціальних службах: Роздуми про запровадження нових форм підвищення якості послуг /А.П. Будник// Соціальна робота в Україні: теорія і практика. – 2003. – № 1. – С. 45-49.
2. Зайнашева З.Г. Региональная политика в сфере услуг /З.Г. Зайнашева// Вестник Московского университета. – Экономика. – 2005. – №3. – С. 12-16.
3. Шканова О.М. Маркетинг послуг: Навчальний посібник. /О.М. Шканова. – К.: Кондор, 2003. – 304 с.

Ключові слова: послуги, сфера послуг, регіон, концепція, стратегія, стратегічне управління.

Ключевые слова: услуги, сфера услуг, регион, концепция, стратегия, стратегическое управление.

Keywords: services, service industry, region, concept, strategy and strategic management.