

DOI 10.32782/2786-8559/2023-3-21
УДК 658

Власюк Карина Вікторівна

старший викладач, аспірант,
Міжнародний гуманітарний університет, м. Одеса
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6209-5525>

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ СФЕРИ ПОСЛУГ

У статті відображено особливості та ключові напрями формування стратегічних напрямів формування і розвитку організаційно-економічного механізму управління підприємствами сфери послуг. Запропонований механізм було розкрито шляхом розроблення та описування 15 стратегічних напрямів формування та розвитку ринку послуг. Було виявлено, що інформаційні технології виконують велику допоміжну функцію у формуванні та розвитку сучасної індустрії послуг, оскільки результати надання деяких видів послуг є інформацією, прискорення інтеграції інформаційних ресурсів управління взаємовідносинами постачальників зі споживачами послуг є життєво важливим аспектом розвитку сектора. Було доведено, що інформаційна підтримка постачальників послуг покращує знання та технічний зміст обслуговуючих підприємств, зміцнює їхню конкурентоспроможність.

Ключові слова: організаційно-економічний механізм, підприємства сфери послуг, управління підприємствами, інновації, стратегічні напрями розвитку, напрями вдосконалення.

Karyna Vlasiuk

International Humanitarian University, Odessa

STRATEGIC DIRECTIONS OF FORMATION AND DEVELOPMENT OF THE ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MANAGEMENT MECHANISM OF SERVICE SECTOR ENTERPRISES

The article reflects the peculiarities and key directions of the formulation of strategic directions for the formation and development of the organizational and economic management mechanism of enterprises in the service sector. The relevance is that information technologies perform a great auxiliary function in the formation and development of the modern service industry, since the results of the provision of some types of services are information, the acceleration of the integration of information resources for the management of relationships between suppliers and consumers of services is a vital aspect of the development of the sector. The purpose of the article is to formulate strategic directions for the formation and development of the organizational and economic management mechanism of enterprises in the service sector. Achieving the set goal was realized by applying the abstract-logical method, the method of comparison, generalization, analysis, synthesis and induction. The set goal was achieved by proposing 15 strategic directions for the formation and development of the service market. It has been proven that information support of service providers improves the knowledge and technical content of service enterprises, strengthens their competitiveness. It has been proven that the achievement of the above directions of development of the service sector will contribute to the accelerated development of many subsectors of services and the expansion of the potential of the enterprises of the industry in both domestic and foreign markets. In connection with the dominance of imports over export of services, it is expedient to expand the potential of high-tech services, which have an increased demand from the country's enterprises at the stage of implementation of the country's strategic goal of accelerated industrialization. The step-by-step development of service sectors requires the creation of optimal conditions for a gradual transition from labor-intensive types of services to high-tech ones. That is, the goal of the work, which consists in the formulation of strategic directions for the formation and development of the organizational and economic management mechanism of enterprises in the service sector, has been achieved.

Keywords: organizational and economic mechanism, enterprises of the service sector, enterprise management, innovations, strategic directions of development, directions of improvement.

Вступ. Для умов сьогодення, в яких перебувають підприємства сфери послуг необхідним є розуміння стратегічного напрямку їхнього розвитку. Тому визначення стратегічних орієнтирів чи напрямів розвитку підприємства сфери послуг ґрунтуватимуться на розроблені стратегії розвитку окремих галузей економіки і сфери послуг. При цьому, у найближчій перспективі підприємства сфери послуг повинні функціонувати таким чином, щоб повніше задовольняти зростаючі вимоги клієнтів щодо надання якісних послуг. Важливими факторами, які будуть визначати якість послуг у найближчій перспективі, є час від отримання замовлення до надання послуги, інноваційний характер послуг, повнота і ступінь доступності виконання замовлення, а також висока корисність послуг у вирішенні проблем клієнта.

Матеріали та методи. З'ясуванню сутності та особливостей формування організаційно-економічного механізму діяльності підприємств присвячено роботи багатьох вчених сучасності, зокрема, Барбашової Н.В., Бургуса В.В., Веклича О.О., Качинського А.Б., Ілляшенко І.О. та багато інших дослідників. Так, дослідженням проблем інноваційного розвитку займалися Бажал Ю.М., Геєць В.М., Данилюк М.О., Жаліло Я.А., Крупка М.І., Кузьмін О.Є., Лапко О.О., Черваньов Д.М., Школа І.М., Валдайцев С.В., Водачек Л., Гольдштейн Г.Я., Завлін П.Н., Ільєнкова С.Д. Проте, питання щодо формування стратегічних напрямів формування і розвитку організаційно-економічного механізму управління підприємствами сфери послуг все ще залишаються недостатньо розробленими.

Формування цілей статті. Ситуація, що склалася в економіці України сьогодні є надзвичайно складною і недостатньо дослідженою, тому метою статті є формування стратегічних напрямів формування та розвитку організаційно-економічного механізму управління підприємствами сфери послуг.

Результати. Оскільки стан підприємств сфери послуг залежить від стану та конкурентного середовища всередині галузі, рівень попиту та пропозиції на ринку послуг, динаміка кон'юнктури ринку, кількість виробників та споживачів, передбачувані стратегічні напрями мають забезпечувати економічну збалансованість розвитку ринку послуг у країні. Враховуючи процеси глобалізації світової економіки, необхідно надавати перевагу розвитку послуг готельно-ресторанного бізнесу як найперспективнішого для нашої країни.

З урахуванням вищевикладеного можна запропонувати такі стратегічні напрями формування та розвитку ринку послуг:

1. Підвищення ролі та значення сектору послуг у модернізації та зростанні конкурентоспромож-

ності підприємств, зокрема, готельно-ресторанного бізнесу. Актуальними завданнями розвитку економіки є підвищення ролі та значення сектору послуг у модернізації та підвищенні конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Підприємства сфери послуг можуть брати активну участь у процесі модернізації промислових підприємств та підвищенні рівня якості їхньої продукції на основі створення та освоєння нових технологій. Виходячи з цього, реалізація державних програм прискореної індустріалізації економіки неможлива без розвитку ринку послуг, розвитку взаємодії суб'єктів цього ринку з промисловими підприємствами. Важливим сегментом надання послуг у найближчому майбутньому можуть стати ЗВО країни. Вони можуть шляхом створення проектних інжинірингових підрозділів отримувати замовлення від промислових підприємств щодо надання ними відповідних послуг.

Вихід на ринок послуг є дуже перспективним напрямом діяльності ЗВО, у вигляді встановлення та розвитку взаємодії з реальним сектором економіки. У цьому аспекті їм необхідно постійно розширювати спектр фундаментальних і прикладних наукових досліджень, збільшувати капіталізацію ЗВО за допомогою постановки на бухгалтерський облік створених як об'єктів інтелектуальної власності нематеріальних активів, тобто створювати комплексні інноваційні проекти, постійно оновлювати свою науково-технічну базу, брати участь у процесі підготовки та реалізації державних програм розвитку найважливіших галузей економіки країни. Крім того, ЗВО можуть брати участь у процесі проведення технологічного аудиту на підприємствах та організаціях, розробки нових промислових технологій, проведення маркетингових досліджень для потреб підприємств та організацій, організації семінарів за участю викладачів ЗВО на підприємствах. Усе це, своєю чергою, сприяє популяризації діяльності ЗВО у сфері розробки нових науково-технічних розробок, патентів, ноу-хау та інших об'єктів інтелектуальної власності. Вихід ринку послуг дозволяє ЗВО ефективніше використовувати інтелектуальний потенціал, розширити джерела фінансування своєї діяльності, комерціалізації наукової діяльності, гарантувати можливість кар'єрного зростання науково-педагогічних кадрів. Переваги ЗВО на ринку послуг полягають в тому, що вони мають достатню кількість кваліфікованих працівників для реалізації науково-дослідних та виробничо-технічних проектів, отримують велику підтримку від держави в порівнянні з іншими постачальниками послуг, мають велику кількість сучасного спеціального обладнання проведення дослідження та розробок. Поряд із фінансовими перевагами у такій взаємодії у ЗВО підвищується якість освітнього процесу, розширюється інтеграція науки і виробництва,

апробуються результати наукових досліджень на практиці та знижується собівартість послуг [1].

2. Підвищення кваліфікації наявних фахівців у сфері послуг та підготовка нових кадрів, здатних до більш ефективного використання сучасної техніки, технології та продукції нових поколінь. У цьому аспекті формування та розвиток конкурентоспроможності працівників є важливим напрямом розвитку сектора послуг. У міру формування та розвитку нових видів послуг висувуються нові вимоги до його працівників. В умовах швидкого розвитку науки та техніки для успішної реалізації професійних можливостей працівників сектору послуг їм необхідно постійно вдосконалювати свою конкурентоспроможність на ринку праці. Нині низький рівень підготовки фахівців у сфері надання послуг є важливою перешкодою розвитку національного сектора послуг. Аналіз динаміки зміни сектора послуг актуалізує постійне вдосконалення рівня професійності працівників ринку послуг. Працівникам даного сектора дуже важливо постійно адаптувати свої навички та вміння в мінливих умовах, оскільки на ринку послуг висока кваліфікація стає провідним ресурсом [2].

3. Формування високої культури обслуговування клієнтів ринку послуг. Культура обслуговування є ключовим фактором ефективної діяльності підприємств на ринку послуг. Для ефективного надання послуг необхідно звернути увагу на три складові елементи культури обслуговування: орієнтація на клієнта, орієнтація на результати та розвиток безперервного навчання персоналу з надання послуг. Зосередження діяльності підприємств на клієнтах дозволяє підприємствам сфери послуг встановлювати стратегічний контекст для своєї роботи та розробляти спільні цілі з лідерами бізнесу. Орієнтація на результати підвищує ймовірність того, що підприємства сфери послуг зосереджуються на досягненні високого рівня продуктивності своєї діяльності. Важливість розвитку безперервного навчання ґрунтується на знанні характеру послуг, що постійно вимагає вдосконалення знання його постачальників для своєчасного реагування на зміну потреб підприємств в міру розвитку дослідження та розробок.

Постачальники послуг, які підтримують основні атрибути культури обслуговування, можуть краще задовольняти потреби клієнтів у видах послуг та підвищити продуктивність своєї діяльності, з іншого боку, створюючи хорошу культуру обслуговування, підприємства сфери послуг краще допомагають своїм клієнтам у вирішенні їхніх проблем, підвищують цінність для бізнесу і будуть виступати як стратегічний діловий партнер і довірений радник, як для своїх внутрішніх клієнтів, так і для підприємств сфери обслуговування.

Організація діяльності підприємств сфери послуг, на наш погляд, повинна ґрунтуватися на розширенні видів наданих послуг, вдосконаленні асортименту та якості послуг, матеріально-технічного забезпечення процесу надання послуг, інформаційно-рекламного супроводу діяльності підприємств сфери послуг, а також удосконалення професійної майстерності своїх працівників. Професіоналізм працівників підприємств сфери послуг у сфері надання відповідних видів послуг є важливою складовою культури їхнього обслуговування. При формуванні культури обслуговування підприємств та організацій сфери послуг розвиваються ціннісні уявлення співробітників та керівництва, підвищується позитивний імідж підприємства на зовнішньому та внутрішньому ринку. Таким чином, культура обслуговування виступає як основна конкурентна перевага постачальників послуг [3].

4. Поліпшення дистанційної інфраструктури надання послуг. Традиційно під інфраструктурою послуг розуміється простір, де розташовані підприємства послуг чи центри, з яких надаються послуги. Однак сьогодні розвиток інформаційно-комунікаційної технології створює можливість надання послуг у дистанційній формі, коли послуга надається не в традиційній офісній будівлі, а у місці знаходження відповідного працівника підприємства послуг. Сьогодні велика кількість працівників підприємств сфери послуг переходить на гнучку форму їхнього надання з дому чи з інших місць за межами офісу, що призвело до значної економії коштів таких підприємств.

Впровадження гнучких методів надання послуг у діяльності підприємств сфери послуг, в яких співробітники можуть працювати віддалено – з різних корпоративних сайтів, місць клієнтів, з дому або з інших місць, може знизити витрати підприємства на оренду офісів та будівель від 20 % до 50 %. Такий тип гнучкої організації роботи може як підвищити ефективність діяльності підприємств сфери послуг, так й спростити залучення та утримання талановитих співробітників, зробивши компанію привабливішою з погляду пропозиції робочих місць ринку праці [4].

Поряд з цим, необхідно відзначити, що збереження традиційних офісних приміщень також є потрібним з тієї точки зору, що дизайн робочого середовища може значно впливати на продуктивність та задоволеність співробітників, а отже, і якість роботи, яку вони виконують для клієнтів, що залежить від створення комфортної робочої обстановки. Хоча робота в традиційних офісних приміщеннях зазвичай обходиться дорожче, ніж віддалені робочі місця, вона приносить значну користь для працівників через розвиток співробітництва та інновації. Незалежно від того,

що підприємства сфери послуг віддають перевагу традиційним і дистанційним формам їхнього надання, їм необхідно сформулювати необхідну інфраструктуру для надання таких послуг, які краще задовольняють потреби споживача і працівників підприємств такого виду діяльності. Це дозволяє їм отримати вигоду з оцінки своїх коштів та активів інфраструктури, щоб відповідати власними цілями та культурі компанії. Гнучкі форми організації праці на підприємствах сфери послуг дозволяють їм найлегше наймати і утримувати необхідні трудові здібності, тобто дозволить співробітникам працювати у будь-якому місці та у будь-який час, що є цінним активом у глобальному середовищі. Поряд із цим інноваційний дизайн офісних приміщень може дати нову енергію, підвищити продуктивність та покращити працю на робочому місці. Хоча багато підприємств, що надають послуги, згодом розробляють власний внутрішній бренд, більшість із них спочатку представляють загальний організаційний бренд. Зміцнення корпоративного бренду сприяє швидкій популяризації постачальників послуг. Зміцнення бренду постачальників послуг допоможе їм зміцнити довіру клієнтів до своєї діяльності. Отже, зі зростанням довіри клієнтів постачальники послуг можуть досягти більшої продуктивності.

5. Підвищення інтересу та обізнаності органів самоврядування щодо розвитку сектору послуг, зміцнення організаційного лідерства таких підприємств на вітчизняному ринку та підвищення загальної координації діяльності органів державної влади з постачальниками послуг. Нині у державних програмах розвитку сфери послуг не уточнено принципові позиції сектору послуг у розвитку національного інноваційного середовища країни та заохочення розвитку промисловості та сільського господарства. Виходячи з цього дуже важливо підвищити обізнаність державних органів країни та їхнє глибоке пізнання принципової позиції сектору послуг у розвитку економіки країни. Виходячи з цього, державі необхідно вживати заходи щодо формування та вдосконалення регіональних ринків послуг, стимулювання їхнього зв'язку та взаємодії з джерелом інновацій та підвищити ефективну інтеграцію між інноваційними ресурсами. Це дозволяє підвищити ефективність роботи всієї регіональної інноваційної системи, формувати центри розвитку індустрії послуг, зміцнити обмін між підприємствами, науково-дослідними інститутами та об'єктами сектора послуг. Уряду слід і надалі трансформувати функцію та посилити макроекономічний контроль для розвитку сектору послуг, удосконалювати технологічну політику розвитку галузі, заохочувати інноваційні заходи та створювати гарне середовище функціонування підприємств сфери послуг [5].

6. Формування інформаційної інфраструктури і інноваційної платформи надання послуг. Створення інфраструктури засобів зв'язку для надання послуг мережевого середовища функціонування підприємств галузі та інформаційної платформи дозволяє створити середовище формування та поширення виробничих знань, яке значно знижує витрати стартапу, маркетингові витрати та витрати на розширення бізнесу. У цьому плані необхідно вживати заходів щодо створення та вдосконалення управління державною базою даних для підвищення доступності державної інформації для бізнесу. Використання державних ресурсів для надання необхідної інформаційної підтримки та надання технічної підтримки постачальників послуг дозволяє зменшити адміністративні витрати підприємств галузі на отримання відповідної інформації. Все це дозволяє вирішити проблеми нестачі інформації для суб'єктів послуг та збільшувати інвестиції [6].

7. Прискорення процесу підготовки та перекваліфікації кадрів у сфері надання послуг. Розвиток послуг вимагає вищого рівня науки і техніки, які, у свою чергу, потребують високих кваліфікованих кадрів. Постачальники деяких видів послуг вибирають найталановитіших працівників на ринку праці. Виходячи з цього, необхідно прискорити розвиток людського капіталу у сфері науки, техніки та технології за допомогою удосконалення механізму навчання та впровадження персоналу. Прискорення формування відповідних людських капіталів у сфері інформаційних технологій, надання фінансових, страхових і інших послуг вирішує проблеми нестачі кадрів у ЗВО, реформує зміст і методи навчання, створення національної системи сертифікації кадрів тощо [7].

8. Підвищення міжнародної конкурентоспроможності наукомістких видів послуг. В останні роки відбуваються багато змін у розвитку світової економіки, у цьому контексті багатонаціональні компанії розпочали новий етап коригування глобальної схеми виробництва. У цьому процесі експорт міжнародних послуг став важливою тенденцією. З одного боку, якщо міжнародне розміщення виробництва поступово переходить на країни, що розвиваються, то з іншого боку тенденція розширення спеціалізації цих країн перетворилася на нову тенденцію переміщення виробництва в глобальній економіці. Виходячи з цього, необхідно вживання заходів щодо подальшого відкриття ринку послуг, стимулювання впровадження високоякісних послуг, таких як логістичні послуги, послуги, що потребують високого ступеня інформатизації, міжнародна посередницька консультація, креативні дизайнерські послуги тощо. Все це дозволяє уникати надмірного відпливу капіталу з країни і формувати національні галузі високотехнологічних послуг. Також необхідно мотивувати

вати діяльність місцевих постачальників послуг для виходу на зарубіжні ринки, залежно від своїх переваг, підвищити їхнє охоплення на ширші регіональні ринки [8].

9. Стимулювання попиту на послуги. Уряд може підтримувати розвиток галузей послуг за допомогою стимулювання суспільного попиту на знайомі послуги. Такий захід дозволяє сприяти виробництву наукомістких послуг, підвищити конкурентоспроможність вітчизняних галузей промисловості за рахунок підвищення частки наукомістких послуг до складу таких продуктів. Уряд також може активізувати органи державної влади та інші інститути державного управління в купівлі послуг. Особливо урядові органи, уповноважені у сфері державного управління, реалізації великих інфраструктурних, інвестиційних проектів, прийняття важливих рішень у галузі реформування системи державного управління, які впливають на рівень життя великої групи населення та соціально-економічного розвитку країни, потребують придбання та використання різних технічних знань для проведення досліджень та аналізу наслідків вживаних заходів. Виходячи з цього, органи державного управління потребують активного придбання послуг для реформування економіки та демократизації суспільства.

10. Сприяння розвитку кластера у сфері послуг. Розвиток інтеграційних виробничих відносин в умовах ринку можливий завдяки концентрації підприємств у певному просторі з виробництва певних товарів чи надання послуг. Можна досягти більшого темпу зростання розвитку сектора послуг завдяки формуванню регіональних кластерів у конкретному просторі. Чим більша кількість постачальників послуг, тим ефективніша організація таких кластерів у країні. Для покращення технічних можливостей та здібностей таких кластерів щодо безперервного зростання кластера, необхідно розробляти та реалізувати кластерні ініціативи у секторі послуг. Чітке формування цілей та завдань кластерів у сфері послуг, виходячи з економічного потенціалу країни, може перетворити будь-яких постачальників послуг на основні складові інноваційної системи країни. Кластер у секторі послуг більш активно стимулює конкуренцію всередині галузі та на основі їхньої взаємодії здійснює ефективний розподіл ресурсів на ринку. На формування та розвиток регіональних кластерів також можуть вплинути багато соціально-культурних та інституційних факторів. Виходячи з цього роль уряду в процесі формування кластерів у сфері послуг полягає в знаходженні необхідного балансу між учасниками кластера та іншими соціально-економічними інститутами.

11. Здійснення фінансової підтримки найважливіших галузей послуг. Порівняно з виробничими підприємствами, підприємства сфери послуг

при здійсненні інновації стикаються з великими фінансовими труднощами. Це пов'язано з тим, що, порівняно з патентною технологією у виробничому секторі, важко оцінювати цінність нової концепції обслуговування або реалізацію нової моделі у сфері послуг. Крім того, кошти, необхідні для реалізації бізнесу у сфері послуг, часто менше відповідають інтересам інвесторів, які не хочуть витратити занадто багато коштів на оцінку проекту і часто відмовляються від його фінансування. Щоб вирішити проблеми інвестування у сфері послуг уряд зможе розробити посібник з оцінки стандартів концепції послуг та бізнес-моделі. Також може надати субсидії для покриття витрат на проведення оцінки та відбору бізнес-проектів у сфері послуг, щоб уникати пропуску деяких потенційних проектів для країни. Крім того, уряд може вживати заходів щодо створення агенції з кредитних гарантій за рахунок державного бюджету або інших кредитно-гарантійних фондів. Державні кошти у сфері послуг мають бути спрямовані на інвестиції у сферу суспільних послуг або у квазідержавній сфері послуг, такі як освіта, культура, охорона здоров'я та транспорт, які мають відповідати вимогам державних фінансів та ринкової економіки.

12. Формування оптимальної системи регулювання сектору послуг. Ефективний розвиток сектору послуг залежить від якості зовнішнього середовища функціонування таких підприємств. Крім сучасної інформаційної інфраструктури, якість елементів нормативно-правового середовища, такі як закони та нормативні акти, торговельна політика, механізми управління бізнесу відіграють важливу роль у розвитку сектору послуг. З метою вдосконалення державної політики у сфері розвитку підприємств у сфері послуг уряду слід активізувати роботу управління державними послугами, яка координує розвиток галузі. Також необхідно встановлювати та вдосконалити розвиток законів та нормативних актів у сфері надання державних послуг.

13. Створення пільгової системи кредитування суб'єктів послуг. Держава може підтримувати розвиток послуг на основі створення ефективного механізму кредитування сектору послуг. У порівнянні з іншими галузями сфери послуг, підготовка кадрів для сектору послуг вимагає більшого капіталовкладення та розвитку самої галузі залежить від наявності передових технологій, що також потребує здійснення фінансової підтримки з боку уряду чи спеціалізованих фінансових інституцій. Виходячи з цього надання пільгового режиму кредитування відіграє важливу роль у формуванні нових видів послуг.

14. Розширення інтернаціоналізації діяльності постачальників послуг. Для послуги характерний високий рівень інтернаціоналізації та в

умовах глобалізації перспективи розширення сектору послуг залежать від зміни кон'юнктури зовнішнього ринку. Зростання інтернаціоналізації розширює аспекти міжнародної конкурентоспроможності від рівня підприємств до всього галузевого ланцюжка, включаючи виробництво, постачання та продаж товарів та послуг. Усе це вимагає розвитку інтернаціоналізації у діяльності підприємств сфери послуг у вигляді аутсорсингу, офшорінгу та розвитку партнерських відносин між вітчизняними постачальниками послуг та транснаціональними корпораціями у цій сфері. Це дозволяє підвищити конкурентоспроможність постачальників послуг за допомогою передачі допоміжних видів непрофільного бізнесу іншим країнам, зниження витрат надання послуг та підвищення доступу на основних видів послуг для клієнтів у сфері логістики, консалтингу, освоєння нового ринку та розвитку послуг міжнародної торгівлі.

15. Інформаційна підтримка постачальників послуг та підвищення доступності сучасних інформаційних технологій. Важлива особливість сектору послуг пов'язана з високою часткою таких ресурсів як знання та технологія у виробничому процесі, що, у свою чергу, ґрунтується на інформаційних технологіях та розробці сучасних концепцій управління. Виходячи з цього, як для традиційних видів послуг, що оновлюються за допомогою технологій, так і для нових видів послуг, що з'являються в результаті швидкого розвитку інформаційних технологій, дуже важливу роль відіграє інформація. Інформаційні технології виконують велику допоміжну функцію у формуванні та розвитку сучасної індустрії послуг,

оскільки результати надання деяких видів послуг є інформацією, прискорення інтеграції інформаційних ресурсів управління взамовідносинами постачальників зі споживачами послуг є життєво важливим аспектом розвитку сектора. Крім того, інформатизація робить зміст послуг ширшим та формує нові галузі та більше можливостей для працевлаштування. Таким чином, інформаційна підтримка постачальників послуг покращує знання та технічний зміст обслуговуючих підприємств, зміцнює їхню конкурентоспроможність.

Створення умов для впровадження новітніх технологій у галузях послуг, їхня модернізація дозволяє розширити номенклатуру послуг, що надаються, підвищити їхню якість та знизити експлуатаційні витрати.

Висновки. Таким чином, досягнення вищевказаних напрямів розвитку сектору послуг сприятиме забезпеченню прискореного розвитку багатьох підсекторів послуг та розширенню потенціалу підприємств галузі як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках. У зв'язку з домінуванням імпорту над експортом послуг, доцільно розширити потенціал високотехнологічних послуг, які мають підвищений попит з боку підприємств країни на етапі реалізації стратегічної мети країни щодо прискореної індустріалізації. Поетапний розвиток секторів послуг вимагає створення оптимальних умов поступового переходу від трудомістких видів послуг до високотехнологічних. Тобто мета роботи, що полягає в формуванні стратегічних напрямів формування і розвитку організаційно-економічного механізму управління підприємствами сфери послуг, була досягнена.

Література:

1. Організаційно-економічний механізм функціонування підприємств сфери послуг: колективна монографія / за заг. ред. Б. В. Гриніва. Львів : Растр-7, 2019. 212 с.
2. Шпак Я. О., Брич В. Я. Сутність та елементи організаційно-економічного механізму управління підприємством. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2018. № 6 (1). С. 248–253.
3. Шевченко В. А. Теоретичні засади функціонування організаційно-економічного механізму управління підприємством. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки*. 2017. № 22 (2). С. 50–54.
4. Боковець В. В. Аналіз теоретичних підходів до визначення організаційно-економічного механізму управління корпорацією. *Економіка: реалії часу*. 2015. № 4 (20). С. 123–128.
5. Хоменко І. О., Волинець Л. М., Горобінська І. В. Організаційно-економічний механізм функціонування і розвитку підприємств. *Київський економічний науковий журнал*. 2023. № 1. С. 86–92.
6. Євдокименко В. М., Дергалюк Б. В. Ризики підприємницької діяльності: розробка механізму управління. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки*. 2014. № 5 (2). С. 74–77.
7. Юрій Е. О., Луцик І. Б. Концептуальні підходи до управління підприємством. *Науковий вісник. Економічні науки*. 2014. № 26. С. 118–128.
8. Зборовська О. М. Економічний механізм управління розвитком промислового підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2010. № 2. С. 24–27.

References:

1. Organizational and economic mechanism of functioning of enterprises in the service sector: collective monograph [Organizational and economic mechanism of functioning of enterprises in the service sector: collective monograph] (2019) according to general ed. B. V. Hryniva. Lviv: Rastr-7, 212 p.

2. Shpak Ya. O., Brych V. Ya. (2018) Sutnist ta elementy orhanizatsiino-ekonomichnoho mekhanizmu upravlinnia pidpriemstvom [Essence and elements of the organizational and economic mechanism of enterprise management]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky – Bulletin of the Khmelnytskyi National University. Economic sciences*, vol. 6 (1), pp. 248–253.
3. Shevchenko V. A. (2017) Teoretychni zasady funktsionuvannia orhanizatsiino-ekonomichnoho mekhanizmu upravlinnia pidpriemstvom [Theoretical foundations of the functioning of the organizational and economic mechanism of enterprise management]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Ser.: Ekonomichni nauky – Scientific Bulletin of Kherson State University. Ser.: Economic Sciences*, vol. 22 (2), pp. 50–54.
4. Bokovets V. V. (2015) Analiz teoretychnykh pidkhodiv do vyznachennia orhanizatsiino-ekonomichnoho mekhanizmu upravlinnia korporatsiieiu [Analysis of theoretical approaches to the definition of the organizational and economic mechanism of corporation management]. *Ekonomika: realii chasu – Economy: realities of time*, vol. 4 (20), pp. 123–128.
5. Khomenko I. O., Volynets L. M., Horobinska I. V. (2023) Orhanizatsiino-ekonomichni mekhanizm funktsionuvannia i rozvytku pidpriemstv [Organizational and economic mechanism of functioning and development of enterprises]. *Kyivskiy ekonomichnyi naukovyi zhurnal – Kyiv Economic Scientific Journal*, vol. 1, pp. 86–92.
6. Evdokymenko V. M., Dergalyuk B. V. (2014) Ryzkyky pidpriemnytskoi diialnosti: rozrobka mekhanizmu upravlinnia [Risks of entrepreneurial activity: development of a management mechanism]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Ser.: Ekonomichni nauky – Scientific Bulletin of Kherson State University. Ser.: Economic Sciences*, vol. 5 (2), pp. 74–77.
7. Yurii E. O., Lutsik I. B. (2014) Kontseptualni pidkhody do upravlinnia pidpriemstvom [Conceptual approaches to enterprise management]. *Naukovyi visnyk. Ekonomichni nauky – Scientific Bulletin. Economic sciences*, vol. 26, pp. 118–128.
8. Zborovska O. M. (2010) Ekonomichni mekhanizm upravlinnia rozvytkom promyslovoho pidpriemstva [The economic mechanism of managing the development of an industrial enterprise]. *Investytsii: praktyka ta dosvid – Investments: practice and experience*, vol. 2, pp. 24–27.

Стаття надійшла до редакції 28.11.2023 р.
