

ПРОБЛЕМИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ПРОГНОЗУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СФЕРИ ПОСЛУГ

Постановка проблеми. Сучасні підприємства сфери послуг діють найчастіше, у все більш невизначених умовах. В умовах ринкової економіки постійно відбуваються зміни в зовнішньому і внутрішньому середовищі, тому підприємства повинні навчитися швидко і оперативно реагувати на ці зміни. Зазначимо, що якщо в Україні розвивається економіка, орієнтована на споживчий попит, і споживач сам собою міняється дуже швидко, то і підприємство повинно мінятися також швидко. Це, в свою чергу, просто неможливо без застосування сучасних наукових підходів та методів прогнозування, що і визначає **актуальність** представленої дослідження.

Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій. Аспекти прогнозування досить ґрунтовно висвітлено в працях вітчизняних та зарубіжних вчених. Вагомий внесок у створенні теоретико-практичної наукової бази економічного прогнозування належить О. Амоші, В. Гецу, І. Лукинову, А. Савченку, А. Сидоровій та іншим. Теоретичні та практичні аспекти аналізу і прогнозування підприємства глибоко досліджені у працях вітчизняних вчених: М. Білика, В. Забродського, Г. Крамаренко, О. Павловської, О. Терещенка, та зарубіжних фахівців: Е. Альтмана, В. Хорна, О. Волкова, В. Ковальова, Г. Савицької, А. Шеремета та інших. Проте багато положень праць вказаних дослідників мають суперечливий та дискусійний характер. Зокрема недостатньо уваги приділено особливостям прогнозування саме на підприємствах сфери послуг.

Метою статті є розробка методичних основ забезпечення процесу прогнозування на підприємствах сфери послуг.

Досягнення зазначеної мети, зумовило необхідність сформулювати та послідовно вирішити такі завдання: проаналізувати динаміку розвитку сфери послуг світі та України, зокрема, визначити особливості прогнозування на підприємствах сфери послуг, надати пропозиції щодо активізації та підвищення ефективності прогнозування діяльності на підприємствах сфери послуг. Для досягнення поставленої мети використані такі загальнонаукові й спеціальні методи дослідження процесів та явищ у їх взаємозв'язку, як: діалектичний метод, структурно-логічний, загальнонаукові прийоми аналізу і синтезу.

Виклад результатів дослідження. Сфера послуг не виробляє безпосередньо матеріальних благ, вона створює засадничі умови для цього виробництва, тому

в статистиці сфера послуг розглядається як повноцінна частина виробництва, рівноцінна сільському господарству та промисловості. Сферу послуг найчастіше умовно підрозділяють на виробництво матеріальних послуг (транспорт, торгівля, житлово-побутове обслуговування та інше) і виробництво нематеріальних послуг (управління, діяльність армії і органів безпеки, освіта, охорона здоров'я, наука, мистецтво, шоу-бізнес, соціальне обслуговування, маркетинг, аудит, кредитування, страхування та інше). Проте разом із традиційним розмежуванням сервісної діяльності існують й інші класифікації. Аналізуючи склад та структуру сфери послуг, доцільно розподілити її на три сектори:

— інфраструктурний (транспорт, зв'язок, передача електрики й тепла);

— розподільно-обмінний (торгівля, страхування, фінанси);

— соціально-управлінський (управління, наука, освіта, охорона здоров'я, мистецтво).

Американський економіст Дуглас Норт запропонував виділяти в економіці як цілому трансформаційний сектор (зміна фізичних характеристик економічних благ) і трансакційний сектор (зміна суто соціальних характеристик — приладдя економічних благ). За таким поділом сфера послуг входить і до трансформаційного сектору (транспорт, освіта), і до трансакційного (торгівля, управління, фінанси). [2]

Сфера послуг, як особливий вид економічної діяльності, з'явилася на виключно ранніх етапах розвитку людства. Її становлення визначалося прогресом матеріального виробництва — можливістю для суспільства забезпечувати людей, які безпосередньо не виробляють матеріальних благ. Аж до середини ХХ ст. сфера послуг уважалася відносно другорядною економічною діяльністю. Не дивлячись на те, що вона охоплювала значну частину працівників, це були, в основному, люди з нижчим рівнем кваліфікації.

Виключно завдяки незначній ролі сфери послуг в економіці з ХVІІІ ст. до середини ХХ ст. вважалося, що робота в цій сфері не збільшує громадське багатство. В епоху науково-технічної революції ситуація кардинально змінилася. Якщо раніше міра розвитку сфери послуг залежала від успіхів матеріального виробництва, то тепер навпаки, матеріальне виробництво залежить від розвитку сервісу. Випуск нових видів матеріальних товарів вимагає попередніх маркетингових досліджень і рекламної компанії. Винахід наукомістких товарів є неможли-

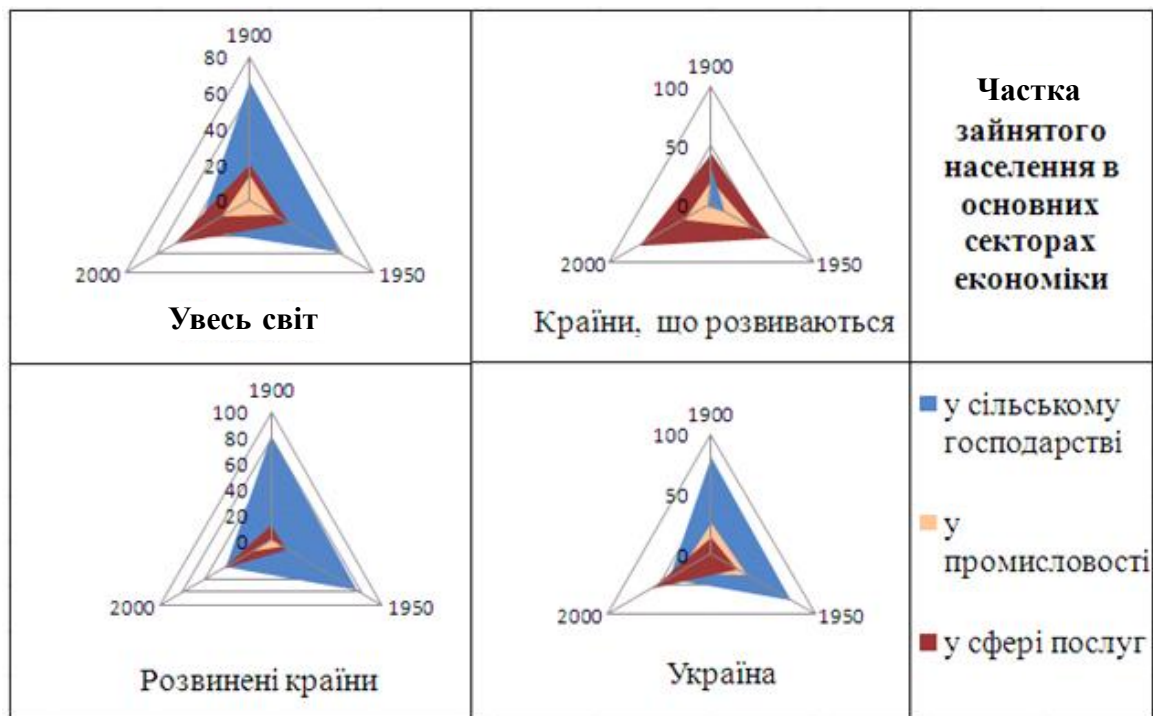


Рис. 1. Частка зайнятого населення в основних секторах економіки*

*(побудовано автором за джерелами [2, 5])

вим без участі науковців і підготовки висококваліфікованих фахівців. Тому галузі сфери послуг стали головними напрямками науково-технічного прогресу.

У сучасних розвинених країнах зайнятість населення в сфері послуг складає 70% усіх працівників, що помітно переважає над зайнятістю в інших сферах економіки разом взятих. Графічно тенденції розвитку відображено на рис. 1.

Різкий ріст сфери послуг спостерігається не лише в розвинених країнах, але й таких, що розвиваються, хоча структура зайнятості сфери послуг у країнах наздоганяючого розвитку принципово відрізняється від ситуації в розвинених країнах.

У розвинених країнах збільшується частка зайнятості населення в сфері послуг, пов'язаної з наукомісткими видами діяльності, породженими становленням постіндустріального суспільства. У країнах, що розвиваються, відбувається розширення головним чином традиційних, не наукомістких видів сервісної діяльності (лоткова торгівля, робота пралень і перукарень, транспортні перевезення тощо). Їх розвиток пов'язаний не із зародженням постіндустріального суспільства, а із відсутністю у промисловому виробництві попиту на малокваліфіковану працю. При цьому значна частина цієї традиційної сфери послуг потрапляє до тіньового сектору економіки — виробництво товарів і послуг дрібними виробниками без офіційної реєстрації.

Країни, що розвиваються, значно відстають у виробництві сучасних, наукомістких послуг. Відставання

країн надолужуючого розвитку в міру доступу до послуг інформаційних комунікацій представлено на рис. 2.

Україна в міру розвитку сфери послуг займає проміжне положення між розвиненими країнами та країнами, що розвиваються. З одного боку, у 90-і рр. у великих містах (особливо в Києві, Дніпропетровську, Харкові, Одесі та Львові) відбувалося стрімке наближення до західних стандартів розвитку сервісної діяльності. З іншого боку, на іншій території сфера послуг розвивається у формах, ближчих до країн що розвиваються, — (тіньова організація бізнесу, широке використання малокваліфікованої праці, нестача наукомістких послуг). За останні роки спостерігається незначна активізація сфери послуг зовнішньоторгівельні операції послугами в Україні у 2009 р. проводились з партнерами 218 країн світу, у 2010 р. — 213 країнами світу [1].

Найбільшу питому вагу, в загальному обсязі українського експорту, становили транспортні (2009 р. — 65,7%, 2010 р. — 68,3%), різні ділові, професійні та технічні (2009 р. — 12,7%, 2010 р. — 12,8%) послуги. Порівняно з 2008 р. експорт послуг зменшився на 2220,5 млн. дол., у т.ч. за рахунок зменшення обсягів послуг трубопровідного транспорту — на 456,4 млн. дол. (на 17,8%), залізничного — на 424,7 млн. дол. (на 25,9%), різних ділових, професійних та технічних послуг — на 331,3 млн. дол. (на 21,5%), допоміжних транспортних послуг — на 326,1 млн. дол. (на 36,3%), послуг з подорожей — на 194,6 млн. дол. (на 39,5%) та послуг повітряного транспорту — на 136,1 млн. дол. (на

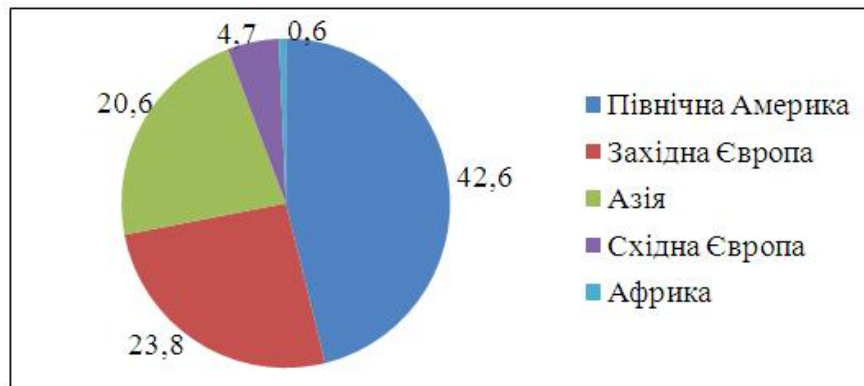


Рис. 2. Частка загального числа користувачів Інтернетом за регіонами світу*

* узагальнено автором за джерелами [3, 4, 5].

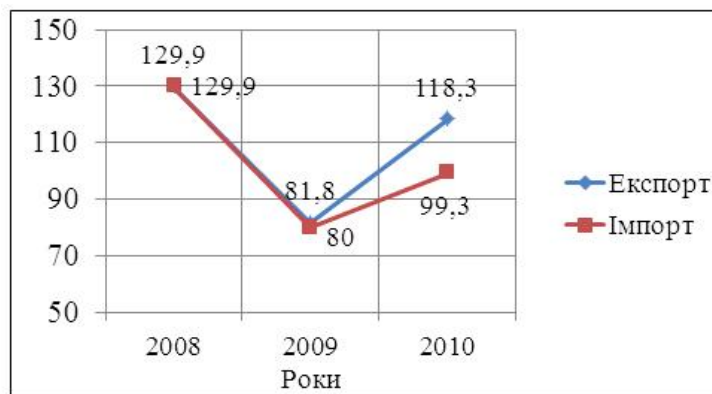


Рис. 3. Темпи зростання (зниження) експорту та імпорту послуг в Україні*

* побудовано автором за джерелами [1].

11,1%) у 2010 р. спостерігається незначна тенденція збільшення обсягу наданих послуг [1]. Імпорт послуг до України в цілому теж має тенденцію до зменшення порівняно з 2009 р. Найбільше зменшення спостерігалося у фінансових, різних ділових, професійних та технічних, будівельних, страхових послугах та послугах зв'язку. Темпи зміни експорту/імпорту послуг протягом 2008 — 2009 рр. та за 9 міс. 2010 р. наведено на рис. 3.

У контексті представленого дослідження автором проаналізовано зміни, що відбуваються на підприємствах сфери послуг та проблеми й особливості прогнозування на підприємствах сфери послуг. Зміни на підприємствах сфери послуг можуть бути: запланованими і незапланованими; разовими або багатоступінчастими та можуть торкнутися багатьох аспектів:

1) змінюється асортимент продукції та послуг, що пропонуються, обсяги продаж, поява нових клієнтів, постачальників, ринків — цілі, завдання діяльності;

2) змінюються правова власність, джерела фінансування, організаційна структура управління — система управління підприємством;

3) технологія, що використовується;

4) організаційна культура, організаційні цінності, знаково-символічна система;

5) змінюються керівництво, повноваження, стиль керівництва, мотивація і ефективність праці;

6) змінюються фінансово-економічні показники, імідж підприємства — ефективність роботи усього підприємства.

Кожна така зміна обумовлена змінами, що відбуваються в зовнішньому середовищі, а також слабкими і сильними сторонами власне підприємства.

Зміна підприємства або окремих аспектів його діяльності — складний неоднозначний і, найчастіше, конфліктний процес. Тому, перш ніж розпочинати зміни на підприємстві, необхідно спочатку провести детальний аналіз попереднього розвитку, існуючого стану справ, а також можливостей та потенціалу підприємства.

Згідно до моделі управління організаційними змінами Л. Гейнера, яка є найбільш розповсюдженою на практиці, підприємству необхідно пройти шість етапів:

1) керівництво підприємства повинне усвідомити необхідність змін, мати бажання та бути готовим до їх проведення;

2) керівництво проводить чіткий аналіз проблем підприємства, що забезпечується більшою ефектив-

ністю за умов залучення зовнішніх консультантів та плідної співпраці керівництва з консультантами;

3) відбувається деталізація та глибоке розуміння проблем, що стоять перед підприємством. Важливо ефективно використовувати роботу співробітників підприємства, забезпечити високу частку їх участі під час діагностики й наступному ухваленні рішень; включається процес делегування;

4) виробити нові, обґрунтовані рішення та залучитися підтримкою співробітників;

5) виявити, за допомогою експериментів, можливі негативні наслідки змін та провести відповідне коригування;

6) мотивувати належним чином працівників, щоб вони прийняли зміни, що проводилися.

Інша поширена модель, розроблена Д. Левінім, здійснюється в три етапи:

- відмова від застарілих концепцій або прийомів та освоєння нових;

- проведення зміни — процес розвитку нової поведінки, оцінка позицій кон'юнктури, що склалася;

- інтеграція нових зразків дій в реальну практику.

Розвиток функції прогнозування змін в економічному середовищі є чинником здатним забезпечити стабільний інноваційний розвиток підприємств сфери послуг. Для забезпечення ефективності прогнозування на підприємствах сфери послуг можуть використовуватися наступні типи прогнозування.

1) Прогнозування, засноване на творчому баченні майбутнього, використовує суб'єктивне знання прогнозиста, його інтуїцію. Не зважаючи на те, що прогнози такого роду є маловірогідними, подібні розробки є гарним доповненням до сухого кількісного прогнозу.

2) Пошукове прогнозування — спосіб наукового прогнозування від сьогодення до майбутнього. Воно представлено двома видами: традиційним або естраполятивним, та новаторським або альтернативним. Різновидом цього прогнозування, адекватним мінливим умовам оточення підприємств сфери послуг, є новаторсько-альтернативний підхід, що виходить з того, що економічне середовище бізнесу схильне до постійних змін і, внаслідок цього, розвиток підприємств сфери послуг відбувається не лише послідовно й безперервно, але й стрибкоподібно і переривчасто, та існує певне число варіантів майбутнього розвитку (положень рівноваги) підприємств сфери послуг. У межах альтернативного підходу, по-перше, створюються прогнози, що включають поєднання різних варіантів розвитку вибраних показників і явищ. Кожен із варіантів розвитку закладено в основу особливого сценарію майбутнього. По-друге, альтернативне прогнозування може об'єднувати в єдиній логіці два способи розвитку послідовний і стрибкоподібний, створюючи синтетичну картину майбутнього. У цілому пошукове прогнозування спирається і на кількісні, і на якісні методи.

3) Нормативно-цільове прогнозування припускає спочатку визначення спільних цілей і стратегічних орієнтирів на майбутній період часу, а потім проведення оцінки розвитку господарюючого суб'єкта, виходячи з цих цілей. Найчастіше нормативний підхід використовується тоді, коли підприємства сфери послуг не мають початкових відомостей, тому для нормативного підходу характерне переважне застосування якісних методів дослідження.

Інструментарій прогнозування є дуже різноманітним і підрозділяється на чотири великі групи: методи експертних оцінок, методи екстраполяції трендів, методи регресійного аналізу, методи економіко-математичного моделювання. Найбільш актуальними для нестабільного економічного середовища й адекватними типами прогнозування, визнаються методи аналізу причинних зв'язків (методи регресійного аналізу й економіко-математичного моделювання та методи експертних оцінок). Економіко-математичні розрахунки корисно порівнювати з результатами експертизи, що зменшує можливість помилки під час розробок прогнозних моделей і служить додатковим інструментом перевірки результатів прогнозу. Використання багатого інструментарію прогнозування для удосконалення старих і розробки нових аналітичних і прогнозних алгоритмів дозволить підвищити рівень інтелектуалізації комп'ютерних технологій. Для того, щоб підвищити надійність і достовірність результатів прогнозування, дослідження мають бути спеціальними і орієнтованими на конкретну проблему. Отже, в умовах зростання долі раптових і непередбачуваних змін, власне прогнозування є одним із способів підвищення інформованості про умови діяльності. Прогнозування — це інструмент подолання нестабільності.

Роль допущень як інформаційних входів аналогічна ролі прогнозів. Вони фактично і є особливого роду прогнози. Останні зазвичай базуються на точніших відомостях або, принаймні, на більше формалізованих процедурах перетворення відомостей для отримання уявлення про майбутнє. З цього погляду, допущення можуть розглядатися як спосіб оцінки майбутніх станів за таких умов і для таких змінних, які не дозволяють використовувати формалізовані прогнози. Джерелами допущень можуть стати неформальні судження, аналіз історичних зразків, прогнози та інші джерела, які або підтверджують, або спростовують пропонувані допущення. Проте такі відомості, на які можна спиратися однозначно, з'являються дуже рідко. Різні члени менеджерської команди можуть мати різні допущення, власні погляди і власний досвід. У подібній ситуації найбільш важливим моментом стає наявність можливості відрізнити раціональні припущення від помилкових припущень. Передусім, необхідно дуже суворо ставитися до тих припущень, які засновані на, так званому, „життєвому досвіді”, проте, ніколи не були ретельно проаналізовані або вивчені у світлі минулих подій або можливих тенденцій. За можливості необх-

ідно перевірити достовірність кожного з ключових припущень, спираючись на свідчення часу вияву такої тенденції та її масштабів.

Необхідно проводити постійний моніторинг зроблених припущень. Це дозволяє своєчасно виявити відхилення від назначених цілей, виявити їх причини і внести до стратегічного плану відповідні корективи, тобто, адаптуватися до умов. Постійна відповідна модифікація стратегічного плану забезпечує стабільний стан господарчих суб'єктів і сприяє ефективності здійснення інноваційної діяльності, що створює можливість їх вдосконалення.

Висновки. Розвиток підприємств неможливий без налагодженої та ефективної системи планування та прогнозування змін в економічному середовищі, що є чинником, який забезпечує стабільний інноваційний розвиток підприємств сфери послуг. Система планування має на меті подати комплексне наукове обґрунтування проблем, з якими може зіткнутися підприємство в майбутньому, і на цій основі розробити показники розвитку підприємства на плановий період, що неможливо без ефективної системи прогнозування.

Підсумовуючи, зазначимо, що підвищення ефективності планової інформаційної системи за допомогою використання „слабких” сигналів під час проведення економічного моніторингу, вироблення і прийняття раціональних припущень створює умови для проведення ситуаційного економічного аналізу та оцінки рівня стабільності, дозволяє формувати допустимі варіанти дій зі збереження стабільності. У ринковій економіці неможливо домогтися стабільного успіху без чіткого та ефективного планування своєї діяльності, постійного збирання і акумулювання інформації і про стан цільових ринків, і про власні перспективи і можливості.

Активізація прогнозуючої діяльності дозволить підприємствам сфери послуг проводити модельні експерименти та аналіз можливих сценаріїв розвитку виникаючих проблем на прогнозному фоні. Цінність подібних досліджень полягає не лише в практичній спрямованості на ухвалення планового рішення, але і в тому, що вони служать джерелом нових ідей, гіпотез, теоретичних положень, тобто дозволяють комплексно підійти до дослідження проблем.

Література

1. **Державний** комітет статистики України [Експрес-випуски Держкомстату України] [Електронний ресурс] — Режим доступу до експрес-випусків : http://www.ukrstat.gov.ua/express/expres_u.html. 2. **Дэй Д.** Стратегический маркетинг / Д. Дэй. — М. : Эксмо-Пресс, 2002. — 640 с. 3. **Сидорова А. В.** Экономико-статистические методы в управлении сферой услуг : монография / А. В. Сидорова. — Донецк : ДонНУ, 2002. — 239 с. 4. **Малькольм Мак-Дональд** Сфера услуг. Полное пошаговое руководство по мар-

кетинговому планированию / Мак-Дональд Малькольм, Пэйн Эдриан. — М. : Эксмо, 2009. — 448 с. 5. **European Commission Eurostat** [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.epp.eurostat.ec.europa.eu.

Гращенко І. С. Проблеми та особливості прогнозування на підприємствах сфери послуг

Підвищення ефективності прогнозної діяльності на підприємствах сфери послуг забезпечить стійкі конкурентні переваги на ринку в майбутньому та поліпшить проведення модельних експериментів та аналізу можливих сценаріїв розвитку проблем, що можуть виникнути у майбутньому. Активізація економічного моніторингу створює умови для вироблення і прийняття раціональних управлінських рішень щодо формування припустимих варіантів дій зі збереження стабільності розвитку підприємства.

Ключові слова: методи аналізу і прогнозування, пошукове прогнозування, нормативно-цільове прогнозування, моніторинг, сфера послуг.

Гращенко И. С. Проблемы и особенности прогнозирования на предприятиях сферы услуг

Повышение эффективности прогнозной деятельности на предприятиях сферы услуг обеспечит стойкие конкурентные преимущества на рынке в будущем и улучшит проведения модельных экспериментов и анализа возможных сценариев развития проблем, что могут возникнуть в будущем. Активизация экономического мониторинга создает условия для выработки и принятия рациональных управленческих решений относительно формирования допустимых вариантов действий по сохранению стабильности развития предприятия.

Ключевые слова: методы анализа и прогнозирования, поисковое прогнозирование, нормативно-целевое прогнозирование, мониторинг, сфера услуг.

Grashchenko I. S. Problems and features of prognostication for the enterprises of service business

The prognosis's increase of efficiency activity on the service enterprises in business, which provide profit competitive edges at the market in the future, when improve realization some model's experiments and possible for analysis scenarios of development problems, which can arise up in the future. Economic activation of the monitoring creates terms for making and acceptance of rational administrative decisions in relation to forming of possible variants of operating under maintenance of stability development for enterprise.

Key words: methods of analysis and prognostication, prognostication's searching, regulatory prognostication, monitoring, service business.

Стаття надійшла до редакції 22.03.2011

Прийнято до друку 26.08.2011