

УДК 330.011.5

ЛУПАК Руслан Любомирович

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри економіки,
Львівський торговельно-економічний університет, Україна
ORCIDID: 0000-0002-1830-1800
e-mail: economist_555@ukr.net

НАКОНЕЧНА Наталія Володимирівна

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів та обліку,
заступник директора Інституту управління, психології та безпеки,
Львівський державний університет внутрішніх справ, Україна
ORCID ID: 0000-0003-1377-4315
e-mail: nakonnat@gmail.com

СЦЕНАРІЙ ФОРМУВАННЯ РЕЗЕРВІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ З ОРІЄНТАЦІЄЮ НА ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК

У статті відмічено пріоритетні завдання та цілі підприємств сфери послуг, вирішення яких вимагає застосування прогресивних підходів і до них віднесено формування резервів. Наголошено, що формування резервів є основним елементом забезпечення економічної ефективності підприємницької діяльності, а особливо важливо коли передбачається посилення інноваційного розвитку. В міру галузевої приналежності сценарії формування резервів підприємств можуть відрізнятися і відповідно потребують ґрунтовного теоретико-методичного та науково-прикладного обґрунтування. Виявлено відсутність універсального підходу до формування резервів підвищення економічної ефективності підприємств сфери послуг, який би одночасно орієнтувався на розвиток інноваційної діяльності. Запропоновано формування резервів підвищення економічної ефективності підприємств сфери послуг з орієнтацією на інноваційний розвиток здійснювати за сценаріями цінової та маркетингової політики. До інструментарію цінової політики віднесено розпродаж, кредитування, дисконтування, безбитковість, цільові ціни та ін. Натомість у маркетинговій політиці пріоритетне значення надано такому інструментарію, як диверсифікація послуг, бренд-менеджмент, бенчмаркінг, цифровізація, технологічне співробітництво та ін.

***Ключові слова:** підприємство сфери послуг, економічна ефективність, інноваційний розвиток, резерви, інноваційна діяльність, цінова політика, маркетингова політика.*

JEL classification: M21; O31; O40

DOI: <https://doi.org/10.31649/ins.2024.1.43.49>

1. ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Головною метою діяльності будь-якого підприємства є отримання та подальше збільшення прибутку, що одночасно передбачає зменшення витрат та накопичення достатніх резервів для поступу на ринку. Зрозуміло, що для того, щоб цього досягти, підприємству необхідно здійснювати аналіз

результатів своєї діяльності, слідкувати за змінами та появою нових вимог до її організації та контролю тощо. Примітно, що в умовах розвитку і поглиблення глобалізаційних відносин об'єктивно ускладнюються завдання у сфері прийняття управлінських рішень забезпечення підвищення економічної ефективності підприємницької діяльності. Опанування відповідних прийомів та методів слід розглядати пріоритетним завданням, адже від

цього залежить успіх досягнення та подальшого підвищення рівня економічної ефективності, що дає змогу підприємству реалізовувати перспективні проекти, а, відтак, зміцнювати конкурентне становище на ринку і накопичувати необхідний прибуток, щоб дозволяє забезпечити достатні темпи економічного зростання.

Відомо, що вибір сценарію управління вимагає попередньо визначитися із цільовими орієнтирами діяльності підприємства, які значною мірою залежать від його галузевої приналежності. Так, для підприємств сфери послуг, діяльність яких пов'язана з створенням нематеріальних продуктів та налагодженням комунікації із підприємствами інших видів економічної діяльності, що дозволяє надавати послуги, важливо дотримуватися підходів, у контексті яких вдається сформуванню необхідні резерви для підвищення економічної ефективності та, одночасно, забезпечувати інноваційний розвиток.

Досягнення таких цілей для вітчизняних підприємств сфери послуг особливо актуально, адже в умовах воєнного стану та значного тиску гібридних викликів і загроз доступ до ресурсних джерел є обмеженим і потрібно орієнтуватися на створення внутрішніх резервів, а особливо на тривалий період та з достатнім запасом, щоб підтримувати рівень інноваційності та технологічності. З іншого боку, резерви виявляються на попередніх стадіях планування та безпосередньо формуються при створенні і наданні послуг. Відтак визначення резервів підвищення економічної ефективності підприємств сфери послуг повинно базуватися на науково обґрунтованій методиці розроблення заходів з їх мобілізації.

2. АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Підвищення економічної ефективності є пріоритетним завданням підприємств, розв'язання якого значною мірою залежить від сформованості теоретико-методичних положень, на основі яких можливо якісно сформуванню необхідний комплекс управлінських рішень. Серед науковців немає єдиного універсального підходу, який можливо застосувати для підвищення економічної

ефективності підприємств, у тому числі сфери послуг.

Заведено вважати, що економічна ефективність підприємств значною мірою залежить від рівня сформованості резервів, наявність яких, крім того, дозволяє якісно підійти до управління інноваційним розвитком. Так, О. Васильченко [1, с. 53–68], С. Білоус, Л. Безручко, Н. Лемєга [2], І. Іртишева, Н. Тубальцева, М. Шевченко, В. Кальвін [3, с. 311–319] схильні розглядати формування резервів підвищення економічної ефективності підприємств сфери послуг виходячи із макроекономічних умов, при цьому, особливу увагу надаючи впливу екзистенційних викликів. Дотримуючись такого ж підходу, О. Линник, Н. Єршова, окремо виділяють важливість врахування типологічних характеристик діяльності підприємств сфери послуг, зокрема, на думку науковців, рівень сформованості резервів для підприємств малого, середнього та великого бізнесу є різним, до прикладу, за потреби формування та здатності ефективно їх використовувати [4, с. 74–80].

Ю. Шейко, Д. Войтюк [5, с. 104–110], Т. Васильців, Р. Лупак, Т. Городня [5, с. 52–57] вважають, що основним чинником сформованості резервів підвищення економічної ефективності підприємств у сфері послуг є їх функціональний стан та здатність диверсифікувати діяльність з орієнтацією на інвестування у нові сфери розвитку. Дійсно інвестиційна активність та підвищення рівня інноваційності є одним із стабільних джерел накопичення резервів, які стимулюють економічну ефективність діяльності [7, с. 49–52].

Численна кількість науковців (О. Красовська [8, с. 43–46], В. Траїно [9, с. 64–69], І. Ангелко, В. Бондаренко, О. Коваль [10, с. 72–77]) основним сценарієм формування резервів підвищення економічної ефективності підприємств сфери послуг розглядають розвиток маркетингового потенціалу, в міру використання якого вдається вдало підійти до налагодження інноваційної діяльності, а, відтак, набути нових конкурентних переваг, мати змогу швидко адаптуватись до ринкових змін та іншого, що створює необхідні умови для резервування ресурсного капіталу та ефективного його використання.

За будь-яких сценаріїв формування таких резервів, одним із головних вимірників успішного вирішення завдання є отримання достатнього прибутку, щоб компенсувати витрати та отримати ресурси для подальшого розвитку. Втім, для достовірного визначення рівня резервування та одночасно повноцінного забезпечення інноваційного розвитку підприємств сфери послуг, В. Куцик, Р. Лупак, М. Годованюк, наголошують про важливість врахування факторів капіталізації [11, с. 167–171], І. Рижик, А. Глебова, В. Синягівська – якості системи управління бізнес-процесами [12, с. 150–160]. Окрема увага науковцями (К. Компанець, Т. Навродська, К. Мороз [13, с. 66–70], В. Охота, Т. Сагайдак [14, с. 193–197], В. Куцик, Р. Лупак [15, с. 244–249]) надається впливу техніко-технологічних чинників, які, окрім резервування, дозволяють сформувати конкурентний потенціал підприємства, а, головне, результативно розширяти асортимент послуг, впроваджувати нові способи їх реалізації, налагоджувати перспективні комунікативні зв'язки на ринку тощо.

3. ВИДІЛЕННЯ НЕВИРШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ, КОТРИМ ПРИСВЯЧУЄТЬСЯ ОЗНАЧЕНА СТАТТЯ

Діяльність підприємств, у тому числі сфери послуг, варто оцінювати як економічно ефективну за умови сформованості достатніх резервів, щоб підтримувати такий стан. Поряд з тим, важливість володіння резервами має вагоме значення при налагодженні та розвитку інноваційної діяльності. Все це обумовлює розроблення підходу, де вдається створити таку систему управління, у якій враховуються особливості діяльності підприємств у галузевому вимірі, при цьому, значна увага надається внутрішньому стимулюванню використання наявного потенціалу та його збільшенню, посилюється значення інтелектуалізації праці та ставляться завдання активного зростання рівня її продуктивності та інші. Тут доречно дотримуватися структурного підходу, за якого розподіл резервів підвищення економічної ефективності проходить за чіткими критеріями, згідно з принципами збалансованості та раціональності, а в умовах екзистенційних викликів та загроз передбачає альтернативні сценарії формування резервів.

4. ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є наукове обґрунтування сценаріїв формування резервів підвищення економічної ефективності підприємств сфери послуг з орієнтацією на інноваційний розвиток.

5. ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ З ПОВНИМ ОБґРУНТУВАННЯМ ОТРИМАНИХ НАУКОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Важливу роль у формуванні резервів підвищення економічної ефективності підприємств сфери послуг відіграє система побудови цінової політики, де особливістю є їх поведінка при обмеженості факторів регулювання. Безперечно, розмір резервів підприємства, який отримується від надання послуг, є вимірником сформованості ресурсного потенціалу та здатності його ефективного використання. Більше того, впровадження підходу резервування належать до визначальних управлінських рішень, від яких залежить економічна ефективність функціонування підприємства та здатність забезпечувати власний розвиток. Якщо враховувати, що підприємство сфери послуг намагається налагодити інноваційну діяльність, то політика резервування повинна орієнтуватися й на ринкові тенденції, особливо техніко-технологічного, інвестиційно-інноваційного та іншого типу. Все це вимагає дотримуватися політики, що враховує кон'юнктуру ринку і дозволяє успішно адаптуватися до неї. Тут визначальне значення варто надати ціновій політиці, головні функції якої стосуються формування товарної пропозиції, від обсягів реалізації якої підприємство отримує можливості для резервування.

Безперечно, діяльність у сфері послуг, як і в інших галузях, піддається значним ризикам і загрозам. Здатність сформувати резерви для забезпечення економічно ефективної діяльності залежить значною мірою від позиції підприємства та його готовність ризикувати. Особливо варто це враховувати, коли підприємство прагне реалізовувати інноваційні проекти. Відповідно цінова політика повинна реалізовувати відмінний від конкурентів інструментарій, який за своїм значенням передбачає впровадження нового

підходу до залучення покупців та задоволення їх потреб.

Також одним із пріоритетних напрямів формування резервів підвищення ефективності діяльності підприємств сфери послуг слід розглядати маркетингову політику, реалізація якої покликана змінити конкурентне положення, ринковий імідж, інвестиційну привабливість та інші важливі параметри розвитку. Досягнення таких цілей значним чином обумовлена здатність підприємства сфери послуг використовувати прогресивні техніко-технологічні засоби, а, відтак, активно інвестувати у власний розвиток і розробляти інноваційно-технологічні проекти. Тут значний вплив має зовнішнє середовище, у якому в міру посилення глобалізаційних тенденцій зростають екзистенційні виклики та загрози.

Відомо, що маркетингова політика здебільшого орієнтована на динаміку споживчого попиту і її завдання налагодити комунікативні зв'язки з споживачами, домогтися збільшення їх кількості та обсягу попиту.

Для підприємств сфери послуг, коли пропозиція має нематеріальний вид, значення маркетингової політики суттєво посилюється і створення відповідного відділу в загальній системі внутрішньофірмового управління має визначальне значення.

Відтак, сформованість резервів підвищення економічної ефективності підприємств сфери послуг визначається реалізацією цінової та маркетингової політики, яку, при цьому, необхідно орієнтувати на інноваційний розвиток (рис. 1).

Так, в контексті цінової політики, інноваційність підприємств сфери послуг підтверджується впровадженням автоматизованих торгових систем, проведенням електронних аукціонів-розпродаж, встановленням цінових меж на інноваційні послуги, у результаті чого вдається домогтися мінімізації витрат та покращення цінової привабливості послуг.



Рис. 1. Напрями та сценарії формування резервів підвищення економічної ефективності підприємств сфери послуг з орієнтацією на інноваційний розвиток

Варто врахувати й інше, зокрема ефективне функціонування підприємств, у тому числі сфери послуг, в умовах активних глобалізаційних тенденцій пов'язане із забезпеченням оптимального співвідношення між затратами та результатами їхньої діяльності, знаходженням більш раціональних форм застосування капіталу і це слід розглядати як одні із доступних джерел резервування ресурсів при намаганні досягнути достатнього рівня економічної ефективності та інноваційного розвитку. Успішна реалізація цих умов залежить від ресурсного забезпечення та характеру його використання, тобто ресурсного потенціалу підприємства, що прямим чином впливає на кінцевий фінансовий результат діяльності – отримання прибутку. Відтак для підприємств, у тому числі сфери послуг, важливо опанувати універсальні підходи до формування резервів, які дозволяють як забезпечити економічну ефективність, інноваційний розвиток, так і посилити готовність долати екзистенційні виклики та загрози, що на сьогодні визначають умови функціонування вітчизняного бізнесу.

6. ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМКУ

Формування резервів підвищення економічної ефективності може відбуватися за різними напрямками, втім, першочергово важливо врахувати галузеві особливості, які визначають сценарії резервування. Відповідно для підприємств сфери послуг формування таких резервів варто здійснювати в контексті реалізації цінової та маркетингової політики, одночасно, орієнтуючись на інноваційний розвиток. Відтак, підприємствам сфери послуг вдається, з одного боку, налагодити внутрішню політику, успішно адаптовуючись до глобалізаційних та неоіндустріальних змін, а, з іншого – сформувати необхідний потенціал для посилення ділової активності та конкурентних позицій на ринку.

Перспективи подальших досліджень у даному напрямку стосуються розроблення механізмів, які передбачають пошук джерел залучення ресурсного забезпечення та розширення резервів підвищення економічної ефективності підприємств сфери послуг з проєкцією на розвиток інноваційної діяльності.

Література

1. Васильченко О. О. Системний аналіз макросередовища підприємств сфери послуг. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету ім. Д. Моторного (економічні науки)*. 2023. № 1(47). С. 53–68.
2. Білоус С., Безручко Л., Лемега Н. Стратегічні напрями відновлення сфери послуг України у поствоєнний період. *Економіка та суспільство*. 2022. № 46. URL : <https://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2016/1945>
3. Іртищева І. О., Тубальцева Н. П., Шевченко М. О., Кальвін В. С. Розвиток сфери послуг в умовах невизначеності. *Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва. Серія : Економічні науки*. 2021. Т. 2. № 2. С. 311–319.
4. Линник О. І., Єршова Н. Ю. Проблеми функціонування та розвитку мікро-, малого та середнього бізнесу сфери послуг в Україні. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2021. Вип. 2(29). С. 74–80.
5. Шейко Ю. О., Войтюк Д. С. Підвищення рентабельності підприємств сфери послуг. *Економічний форум*. 2021. № 1(3). С. 104–110.
6. Васильців Т. Г., Лупак Р. Л., Городня Т. А. Економічні аспекти диверсифікації підприємства з використанням інноваційних інвестицій. *Інтелект XXI*. 2017. Вип. 1. С. 52–57.
7. Майборода В. М. Управління інноваційним розвитком підприємств сфери послуг. *Підприємництво і торгівля*. 2022. № 33. С. 49–52.
8. Красовська О. Ю. Комплексна оцінка маркетингової діяльності на підприємствах сфери послуг. *Економіка та держава*. 2021. № 10. С. 43–46.
9. Траїно В. М. Використання засобів стимулювання продажів на підприємствах сфери послуг. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2020. № 4 (100). С. 64–69.
10. Ангелко І. В., Бондаренко В. М., Коваль О. Д. Роль маркетингу в розвитку сфери послуг в Україні. *Регіональна економіка*. 2022. № 1. С. 72–77.

11. Куцик В. І., Лупак Р. Л., Годованюк М. А. Інструменти підвищення ефективності управління формуванням та використанням прибутку в цілях капіталізації підприємства. *Бізнес Інформ*. 2017. № 1. С. 167–171.
12. Рижик І. О., Глебова А. О., Синягівська В. С. Особливості формування моделі управління бізнес-процесами підприємства сфери послуг. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2020. Вип. 1 (24). С. 150–160.
13. Компанець К. А., Навродська Т. А., Мороз К. О. Роль Інтернет-технологій у розвитку підприємства сфери послуг. *Інтелект XXI*. 2018. № 5. С. 66–70.
14. Охота В. І., Сагайдак Т. Я. Чинники підвищення конкурентоспроможності підприємства сфери послуг. *Бізнес Інформ*. 2016. № 2. С. 193–197.
15. Куцик В. І., Лупак Р. Л. Моделювання конкурентних позицій підприємств реального сектора економіки на внутрішньому ринку. *Бізнес Інформ*. 2017. № 12. С. 244–249.

References

1. Vasylichenko, O. O. (2023). Systemic analysis of the macro environment of enterprises in the service sector. *Collection of scientific works of the Tavri State Agro-Technological University of D. Motorny* (economic sciences), 1(47), 53–68.
2. Bilous, S., Bezruchko, L., Lemega, N. (2022). Strategic directions for the restoration of the service sector of Ukraine in the post-war period. *Economy and society*, 46. URL : <https://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2016/1945>
3. Irtyshcheva, I. O., Tubaltseva, N. P., Shevchenko, M. O., Kalvin, V. S. (2021). Development of the sphere of services in conditions of uncertainty. *Bulletin of Kharkiv National Agrarian University of V. Dokuchaeva*. Series: Economic sciences, 2(2), 311–319.
4. Linyk, O. I., Yershova, N. Yu. (2021). Problems of functioning and development of micro, small and medium-sized businesses in the service sector in Ukraine. *Eastern Europe: Economy, Business and Management*, 2(29), 74–80.
5. Sheyko, Y. O., Voytiuk, D. S. (2021). Increasing the profitability of enterprises in the service sector. *Economic Forum*, 1(3), 104–110.
6. Vasylytsiv, T. G., Lupak, R. L., Horodnia, T. A. (2017). Economic aspects of enterprise diversification using innovative investments. *Intelligence XXI*, 1, 52–57.
7. Maiboroda, V. M. (2022). Management of innovative development of enterprises in the service sector. *Entrepreneurship and trade*, 33, 49–52.
8. Krasovska, O. Yu. (2021). Comprehensive assessment of marketing activities at enterprises in the service sector. *Economy and the state*, 10, 43–46.
9. Traino, V. M. (2020). The use of sales promotion tools at enterprises in the service sector. *Scientific Bulletin of the Poltava University of Economics and Trade*, 4(100), 64–69.
10. Angelko, I. V., Bondarenko, V. M., Koval, O. D. (2022). The role of marketing in the development of the service sector in Ukraine. *Regional economy*, 1, 72–77.
11. Kutsyk, V. I., Lupak, R. L., Godovanyuk, M. A. (2017). Tools for increasing the efficiency of management of the formation and use of profit for the purpose of capitalization of the enterprise. *Business Inform*, 1, 167–171.
12. Ryzuk, I. O., Hlebova, A. O., Synyagivska, V. S. (2020). Peculiarities of the formation of a business process management model of an enterprise in the service sector. *Eastern Europe: Economy, Business and Management*, 1 (24), 150–160.
13. Kompanets, K. A., Navrodska, T. A., Moroz, K. O. (2018). The role of Internet technologies in the development of enterprises in the service sector. *Intelligence XXI*, 5, 66–70.
14. Okhota, V. I., Sagaidak, T. Ya. (2016). Factors of increasing the competitiveness of enterprises in the service sector. *Business Inform*, 2, 193–197.
15. Kutsyk, V. I., Lupak, R. L. Modeling of competitive positions of enterprises of the real sector of the economy in the domestic market. *Business Inform*, 12, 244–249.

Abstract**LUPAK Ruslan, NAKONECHNA Nataliya****Scenarios for the formation of reserves for increasing the economic efficiency of enterprises in the service sector with an orientation towards innovative development**

The article notes the priority tasks and goals of enterprises in the service sector, the solution of which requires the use of progressive approaches, and the formation of reserves is attributed to them. It is emphasized that the formation of reserves is the main element of ensuring the economic efficiency of entrepreneurial activity, and it is especially important when the strengthening of innovative development is expected. Depending on the industry, the scenarios for the formation of enterprise reserves may differ and, accordingly, require a thorough theoretical-methodical and scientific-applied justification. The absence of a universal approach to the formation of reserves for increasing the economic efficiency of enterprises in the service sector, which would simultaneously focus on the development of innovative activities, was revealed. It is important for enterprises in the service sector to master universal approaches to the formation of reserves, which allow both to ensure economic efficiency, innovative development, and to strengthen the readiness to overcome existential challenges and threats. It is appropriate to follow a structural approach, according to which the allocation of reserves will take place according to clear criteria, according to the principles of balance and rationality. It is suggested that the formation of reserves for increasing the economic efficiency of enterprises in the service sector with an orientation towards innovative development should be carried out according to price and marketing policy scenarios. The tools of price policy include sales, lending, discounting, break-even, high and target prices, etc. Instead, in the marketing policy, priority is given to tools such as diversification of services, brand management, benchmarking, digitalization, technological cooperation, etc.

Keywords: service enterprise, economic efficiency, innovative development, reserves, innovative activity, price policy, marketing policy.

Стаття надійшла до редакції 05.03.2024 р.

Бібліографічний опис статті:

Лупак Р. Л., Наконечна Н. В. Сценарії формування резервів підвищення економічної ефективності підприємств сфери послуг з орієнтацією на інноваційний розвиток. *Innovation and Sustainability*. 2024. № 1. С. 43-49.

Lupak R., Nakonechna N. (2024) Scenarios for the formation of reserves for increasing the economic efficiency of enterprises in the service sector with an orientation towards innovative development. *Innovation and Sustainability*, no. 1, pp. 43-49.

