



ПІДПРИЄМНИЦТВО

УДК 614.215:005

МАЗАРАКІ Анатолій, д. е. н., професор ректор КНТЕУ
ВЕДМІДЬ Надія, к. е. н., доцент, докторант КНТЕУ

СЕРВІСНА КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ САНАТОРНО- КУРОРТНОЇ СФЕРИ

Викладено науково-методологічний базис концепції сервісного управління санаторно-курортними та оздоровчими підприємствами: надано авторське трактування поняття "сервісне управління", характеристику основних структурних складових концепції – визначено головну мету, суб'єкт та об'єкт управління, завдання, принципи та методичні засади реалізації основних положень.

Ключові слова: санаторно-курортні та оздоровчі підприємства, концепція сервісного управління, суб'єкт та об'єкт сервісного управління, сервісні потреби, принципи сервісного управління.

Мазараки А., Ведмедь Н. Сервисная концепция управления предприятиями санаторно-курортной сферы. Изложен научно-методологический базис концепции сервисного управления санаторно-курортными и оздоровительными предприятиями: представлена авторская трактовка понятия "сервисное управление", характеристика основных структурных составляющих концепции – обозначены главная цель, субъект и объект управления, задачи, принципы и методические основы реализации основных положений.

Ключевые слова: санаторно-курортные и оздоровительные предприятия, концепция сервисного управления, субъект и объект сервисного управления, сервисные потребности, принципы сервисного управления.

Постановка проблеми. Відповідно до Концепції розвитку санаторно-курортної сфери України на 2005–2015 рр. санаторно-курортний комплекс законодавчо визначено одним із пріоритетних напрямів національної соціальної політики та економіки, важливим та ефективним заходом організації відпочинку, профілактики, запобігання і зниження захворюваності та рівня інвалідності, зміцнення здоров'я населення всіх вікових груп. Стратегічною метою державної політики цієї сфери задекларовано забезпечення здорового способу життя населення шляхом формування та розвитку ефективного, прибуткового та конкурентоспроможного на світовому ринку санаторно-курортного комплексу.

Модернізація національної економіки України, що відбулася останніми роками, обумовила зміни зовнішнього середовища і внутрішнього механізму діяльності підприємств санаторно-курортної сфери. Проявом цих процесів стало усунення державної монополії і подальша реструктуризація об'єднань санаторно-курортних і оздоровчих підприємств, що визначило необхідність кардинальних змін змісту управлінських рішень, підвищення їх самостійності та результативності.

За цих умов досягнення соціальних і комерційних цілей підприємств санаторно-курортної сфери неможливе без надання високої якості послуг, орієнтованих на задоволення індивідуалізованого попиту споживачів. Водночас поступова заміна санаторно-курортного лікування на пляжні види відпочинку призвела до зменшення тривалості курортного сезону, що спричинило підвищення рівня безробіття та зниження рівня економічної активності в суміжних галузях, високу плінність кадрів, епізодичність прийому на роботу фахівців з профільною освітою, невідповідність існуючих програм навчання працівників реальним потребам ринку, зниження престижності роботи в сфері обслуговування туристів тощо. Зазначені фактори в сукупності призводять до того, що в діяльності підприємств санаторно-курортної сфери, за невеликим винятком, рівні професійної підготовки персоналу, обслуговування і сервісу не відповідають світовим стандартам [1].

Тому актуальним та пріоритетним у сучасних умовах управління санаторно-курортними та оздоровчими підприємствами є формування і реалізація основних положень сервісної концепції як важливого інструменту підвищення їх конкурентоспроможності, забезпечення стійкого та довгострокового розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у дослідження сервісної концепції управління як об'єкта наукового пізнання зробили такі відомі зарубіжні та вітчизняні вчені, як: Б. Чернишев, К. Альбрехт, К. Гренроос, І. Шалфіцкій, Е. Карловская, О. Моргулець та ін. [1–6].

Особливості сервісного управління підприємствами у сфері послуг, у т.ч. санаторно-курортних та оздоровчих підприємств, досліджено в працях О. Ветігнева, А. Мазаракі, М. Артамонової, С. Єрмакова та ін. [7–10]. Водночас аналіз наукових поглядів свідчить, що нині не існує єдиного підходу до визначення сутності та змістовного наповнення основних елементів концепції сервісного управління підприємствами санаторно-курортної сфери.

Тому **метою** статті є викладення основних науково-методологічних положень сервісної концепції функціонування і розвитку санаторно-курортних та оздоровчих підприємств.

Результати дослідження. Функціонування санаторно-курортних та оздоровчих підприємств у рамках сервісної економіки, що характеризується високим рівнем конкуренції, обумовило необхідність

впровадження концепції сервісного управління. В умовах сервісної економіки змінюється роль сервісу в управлінні підприємствами – він стає об'єктом управління, а не тільки умовою ефективної діяльності підприємств.

Зважаючи на відсутність цілісного науково-методологічного уявлення про концепцію сервісного управління, сформульовано авторський підхід до її структурного та змістовного наповнення. Зокрема визначено, що основними структурними складовими концепції управління є її головна мета, завдання, принципи та методологічний базис. Сутність основоположних елементів концепції сервісного управління представлено на *рис. 1*. У зв'язку з відсутністю у науковій фаховій літературі однозначного розуміння поняття "сервісне управління", а також багатопрофільністю ознак його тлумачення за змістом пропонується авторське трактування цього поняття з використанням системного та процесного підходів.

Таким чином, сервісне управління санаторно-курортними та оздоровчими підприємствами – це особливий вид управлінської діяльності, спрямований на вдосконалення процесу надання санаторно-курортних і оздоровчих послуг з метою максимального задоволення персоніфікованих сервісних потреб відпочивальників шляхом поєднання цілей та інтересів усіх задіяних сторін та раціонального використання наукових, трудових, матеріальних, лікувально-оздоровчих та інших ресурсів.

Запропоноване визначення поняття "сервісне управління" має три важливі акценти.

По-перше, основною метою сервісного управління і відповідно його об'єктом є сервісні потреби відпочивальників, які задовольняються шляхом надання санаторно-курортної та оздоровчої послуги через сервісну взаємодію із персоналом підприємства.

По-друге, ціллю процесу надання санаторно-курортних та оздоровчих послуг є задоволення потреб відпочиваючих через ефект корисності та якості. Що передбачає необхідність концентрування методик управління на ідентифікації якості сервісу як базової та результативної характеристики процесу надання санаторно-курортних та оздоровчих послуг.

По-третє, мають бути узгоджені цілі й інтереси як персоналу підприємства, так і відпочиваючих, залучених до сервісного процесу. Крім того, важливо забезпечити комплексне застосування всіх наявних ресурсів санаторно-курортних та оздоровчих підприємств.

Метою сервісного управління є задоволення персоніфікованих сервісних потреб відпочивальників та інтересів персоналу підприємства, налагодження ефективної сервісної діяльності, сприяння досягненню максимально можливих економічних та соціальних результатів санаторно-курортних та оздоровчих підприємств.



Рис. 1. Структурна модель науково-методологічного базису концепції сервісного управління санаторно-курортними та оздоровчими підприємствами *

* Розроблено і складено авторами.

Визначаючи суб'єкт та об'єкт сервісного управління, слід мати на увазі, що формування сервісної економіки можливо тільки за умови збереження матеріальної та духовної цілісності. У процесі управління санаторно-курортним та оздоровчим підприємством виникає необхідність урахування парадигми інтерсуб'єктивності сервісу, за якої всі учасники процесу обслуговування є його рівноправними суб'єктами.

Тобто сенс соціально-економічної діяльності поступово зміщується в бік служіння іншому (іншій особі), у сферу допомоги, послуг усіх всім. Це пов'язано з початком формування у людини постсучасного світогляду, базове поняття якого – інтерсуб'єктивність – введено соціальною філософією як сучасна умова збереження цілісності та впорядкованості суспільного життя, як один із "класичних" чинників, що забезпечують глибинну єдність суспільства, якими є духовна культура (за Г. Гегелем) та економіка (за К. Марксом).

Поняття інтерсуб'єктивності має нівелювати поділ на суб'єкт і об'єкт, характерний для класичної соціальної філософії, та створює образ соціальної реальності, що складається з безлічі "я", кожне з яких унікальне і неповторне [11].

На цьому підході базуються сучасні маркетингові концепції, які розглядають споживачів послуг як більш інформованих, з власними думками та потребами, емоціями та душею [12]. Тому поділ на суб'єкт та об'єкт сервісної діяльності є умовним, оскільки передусім вони розглядаються як рівноправні партнери.

Об'єктом сервісного управління є персоніфіковані сервісні потреби відпочивальників санаторно-курортних та оздоровчих підприємств.

Можна виділити такі підходи до розуміння суб'єкта сервісного управління: *по-перше*, це менеджери, які безпосередньо формують сервісну стратегію підприємства та визначають політику і процедуру сервісної діяльності на підприємстві; *по-друге*, контактний персонал, який безпосередньо здійснює процес обслуговування відпочивальників; *по-третє*, персонал інших підрозділів підприємства, які можуть бути задіяні безпосередньо чи опосередковано у процесі надання санаторно-курортної та оздоровчої послуги.

Найважливішими завданнями вищої ланки менеджменту санаторно-курортних та оздоровчих підприємств є:

- формування сервісної стратегії, політики та процедури сервісної діяльності на підприємствах;
- оцінка сервісного потенціалу підприємства та визначення критеріїв ефективності сервісного управління в цілому;
- здійснення адміністративно-розпорядчих та організаційно регулюючих дій;
- координація дій працівників, чітка взаємодія всіх задіяних підрозділів і служб у процесі обслуговування відпочивальників;
- контролююча функція щодо основних напрямів сервісної діяльності;

- функції впровадження ефективної інформаційно-аналітичної системи забезпечення сервісного управління;
- збір, аналіз та використання інформації, що набуває у сучасних умовах принципового значення, що пов'язано з вимогами динамізації бізнесу в інформаційному суспільстві.

Розглядаючи принципи управління санаторно-курортними та оздоровчими підприємствами як складової запропонованої концепції сервісного управління, варто виокремити загальні та спеціальні принципи (таблиця).

Таблиця

Принципи сервісного управління санаторно-курортними та оздоровчими підприємствами *

Принцип	Сутнісна характеристика
Комплексності, системності	Сервісне управління – це багатогранний процес із сукупності фаз та етапів, при цьому необхідно враховувати фактори зовнішнього середовища і мати відповідні схеми адаптації
Унікальності	Механізм сервісного управління на кожному підприємстві є унікальним, і до його управління необхідно підходити з унікальним набором управлінських інструментів
Ефективності	Результативність або відносний ефект сервісного процесу визначається за допомогою відношення ефекту (результату) до витрат
Інтерпартнерства	Досягнення максимальної узгодженості власників, управлінського персоналу, співробітників і споживачів послуг, формування єдиного корпоративного стилю з урахуванням системи сервісних цінностей. Фокусування діяльності підприємства на індивідуальному підході до споживачів, інтерактивній взаємодії, співробітництві та конфіденційності
Процесності	Структурування, опис та регламентація сервісних процесів на підприємстві, постійний їх контроль та вдосконалення
Інформаційного контролю	Методична, інструментальна, технологічна та технічна підтримка системи сервісного управління з метою підготовки, реалізації моніторингу, контролю і, якщо необхідно, корегування управлінських рішень з метою досягнення поставлених цілей

* Систематизовано на основі [1; 5–10].

Обґрунтуванню концептуальних основ побудови системи специфічних принципів управління передують необхідність розуміння сутності сервісного управління. Водночас сутність сервісного менеджменту можна представити, виходячи з таких положень: орієнтація на якість сервісу, яка має вирішальне значення для управління санаторно-курортними та оздоровчими підприємствами; орієнтація на споживача, тобто на його сервісні потреби; управління персоналом санаторно-

курортних та оздоровчих підприємств повинно базуватися на принципово іншій основі – роботі в команді, міжфункціональному співробітництві, міжорганізаційному партнерстві.

Перелік та характеристику принципів сервісного управління санаторно-курортними та оздоровчими підприємствами, наведені у *таблиці*, доцільно доповнити такими специфічними принципами:

- пріоритетності якості сервісу;
- орієнтації на сервісні потреби відпочивальників через налагодження тривалих взаємовідносин на основі двосторонніх транзакційних умов;
- економічного обґрунтування сервісного задоволення відпочивальників, що включає спрямованість на формування сервісно-орієнтованого сегментування;
- коеволюції сервісної взаємодії;
- холізму, що виявляється через взаємодію та взаємодоповнення таких функціональних напрямів, як: управління операційною діяльністю (сервісом), управління якістю послуг, сервісологія, комунікативний менеджмент, кадровий менеджмент, управління інтегрованими маркетинговими комунікаціями, клієнтоорієнтоване управління, управління знаннями, які становлять загальне ціле, що є основою формування процесу сервісного управління.

Керівництво і працівники санаторно-курортних та оздоровчих підприємств повинні усвідомлювати сервісні потреби відпочивальників, їх бажання, поточні та майбутні вимоги і очікування. Розуміння їх дозволить сконцентрувати зусилля на виконанні поточних вимог відпочивальників і планувати діяльність підприємств, орієнтуючись на очікування клієнтів.

Сервісні потреби – це сприйнята відпочивальником якість сервісу. Тому у взаєминах із відпочивальниками важливе місце посідає аналіз рівня задоволеності санаторно-курортною та оздоровчою послугою, а також рівня лояльності, у т.ч. сервісної. Вимір рівня лояльності відпочивальників до санаторно-курортних та оздоровчих підприємств дещо відрізняється від аналогічних процесів у інших підприємств туристичної індустрії. Враховуючи їх лікувальну специфіку, після закінчення курсу лікування або профілактики відпочивальники на наступному етапі вірогідніше виберуть підприємства з іншим оздоровчим профілем. Тому лояльність споживачів можливо вимірювати як результат подальших рекомендацій.

Не менш важливим аспектом розуміння сервісних потреб відпочивальників є побудова базових сегментів з урахуванням сервісної компоненти.

Менеджери санаторно-курортних та оздоровчих підприємств повинні зосередити увагу на побудові дерева показників оцінки ефективності сервісного управління. Використання одного з існуючих

підходів до оцінки ефективності сервісного управління не дозволяє повною мірою розкрити можливості цілеорієнтованого підходу до визначення ефективності. Отже, необхідно паралельно використовувати системний, процесний і ситуаційний підходи.

На результативність управління санаторно-курортними та оздоровчими підприємствами як соціально-сервісною системою впливає сервісна взаємодія персоналу підприємства та відпочивальників, яка ґрунтується на динамічних взаєминах. Ефективність сервісної взаємодії буде залежати насамперед від процесу узгодженості та взаємовпливу зазначених підсистем. У цьому випадку мається на увазі наявність принципу коеволюції у розвитку сервісних підприємств.

Коеволюція систем виникає у тому випадку, коли еволюція однієї системи, взаємодіючи, починає впливати на еволюцію іншої. Тобто, коли друга система за допомогою механізму адаптації починає пристосовуватися до змін першої і навпаки, як результат формуються загальний темп їх еволюції і єдині моменти загострення. Внаслідок узгодженості та одночасності еволюції задіяних у взаємодії систем виникає позитивний ефект зворотного зв'язку. Це суттєво прискорює процес еволюції кожної окремої системи, а узгодженість їх функціонування (кооперація) і взаємовплив є основою нової системи, що включає всі коеволюціонуючі системи.

Однак процес коеволюції систем не є постійним, він припиняється у таких випадках, якщо:

- зв'язок між системами стає занадто жорстким, тобто взаємовплив набуває абсолютного характеру (стає функціональним). При цьому системи втрачають самостійність і свободу вибору, процес еволюції у них припиняється, і вони стають функціональними підсистемами однієї системи;
- потужність та інтенсивність взаємодії систем нижче певного порогового значення, що знижує їх взаємний вплив до такого рівня, коли процеси їх еволюції перестають корелювати;
- одна із систем різко підвищує або різко знижує ступінь свого впливу на іншу систему.

При цьому та система, що має більш потужний вплив на іншу, підпорядковує функціонування і еволюцію більш слабкої системи своїм законам функціонування та еволюції. Процес коеволюції може відновитися між системами, якщо їх вплив один на одну стане порівнянним.

Процес коеволюції може виникати на різних рівнях організації систем: на рівнях елементів, елементів і підсистем, підсистем, підсистем і системи в цілому, а також системи і середовища. Причому у випадку взаємодії систем з однаковою потужністю взаємовпливу прискорення темпу еволюції у них буде однаковим, а в разі різної потужності темп розвитку менш потужної системи буде вищим,

пропорційним більш потужній системі. При цьому під потужністю системи розуміється ступінь її розвиненості, наявність ресурсів для існування і можливостей впливу на іншу систему. Результатом коєволюції систем є система більш високого ієрархічного рівня, темп еволюції якої буде вище, ніж темп еволюції систем, які входять до неї [13].

Принцип коєволюції у діяльності санаторно-курортних та оздоровчих підприємств реалізується у процесі організації сервісної діяльності, який базується на таких умовах:

- узгодженість інтересів суб'єктів, задіяних у процесі;
- достатній рівень автономності працівників, особливо контактної групи при взаємодії із відпочивальниками, та відносна самостійність при виборі відповідних дій та прийнятті рішень;
- рівень професійної підготовки має вирішальне значення, тому важливо створити на підприємстві систему постійного професійного навчання та підвищення кваліфікації;
- своєчасність реагування на потреби відпочивальників та створення на підприємстві системи постійного аналізу причин незадоволення рівнем запропонованого сервісу;
- менеджери повинні володіти сервісними компетенціями, які дозволяють приймати оптимальні рішення з урахуванням загальнолюдських цінностей, інтересів окремої особистості, суспільства і держави.

Санаторно-курортні та оздоровчі підприємства являють собою таку систему, пріоритетним елементом якої є сервісна орієнтація, що передбачає спільне використання інструментарію системного, процесного та ситуаційного підходів як методологічного базису концепції сервісного управління. Багатокомплексний та багатоаспектний характер сервісного управління передбачає розгляд його як системного об'єкта наукового пізнання, а санаторно-курортні та оздоровчі підприємства – як складну сервісну соціально-економічну систему.

Нині процесно-орієнтовані технології більшою мірою відповідають жорсткому конкурентному середовищу на ринку послуг, у т.ч. санаторно-курортних та оздоровчих. Підприємства мають орієнтуватися на постійну зміну та швидку адаптацію до стрімких та мінливих умов зовнішнього і внутрішнього середовищ. Таким чином, формування ключових факторів успіху санаторно-курортних та оздоровчих підприємств повинно базуватися на принципах процесного підходу, серед яких, *по-перше*, можливості використання корпоративних правил і вивічених, чітко прописаних процесів, *по-друге*, перспективи впровадження таких процесно-орієнтованих методологій, як вдосконалення, безперервне поліпшення і загальне управління якістю (TQM).

Вміння оперативно і ефективно реагувати на ситуаційні зміни у зовнішньому і внутрішньому середовищах переважно є прерогативою адміністративно-управлінського персоналу, але особливості сервісної діяльності санаторно-курортних та оздоровчих підприємств потребують

наявності подібних якостей у будь-якого – як контактного, так і неконтактного – персоналу, оскільки відповідно до загального визначення управління фактично весь персонал санаторно-курортного та оздоровчого підприємства (суб'єкт управління) у процесі надання санаторно-курортної послуги вступає із відпочивальником (об'єктом) у певну взаємодію для досягнення цілей (максимальне задоволення відпочивальника), які стоять перед системою (підприємством).

Процесно-орієнтоване управління у санаторно-курортних та оздоровчих підприємствах передбачає широке делегування повноважень і відповідальності контактному персоналу, що забезпечує зменшення кількості рівнів прийняття рішень і поєднання принципу цільового управління з груповою організацією праці, а також підвищену увагу до питань забезпечення якості послуг. Цей метод дозволяє оперативно змінювати і доопрацьовувати технології, модернізувати інформаційно-аналітичну систему забезпечення сервісного управління.

Управління сервісною діяльністю у контексті ситуаційного підходу може бути визначено рівнем реагування на ситуаційні зміни. На *рис. 2* вони представлені як стохастичні фактори впливу на рівень задоволеності відпочивальника (без урахування таких індивідуальних психологічних властивостей, як, наприклад, песимізм, високий рівень скептицизму, завищена вимогливість до оточення тощо) і ринкові фактори впливу на якість сервісу.

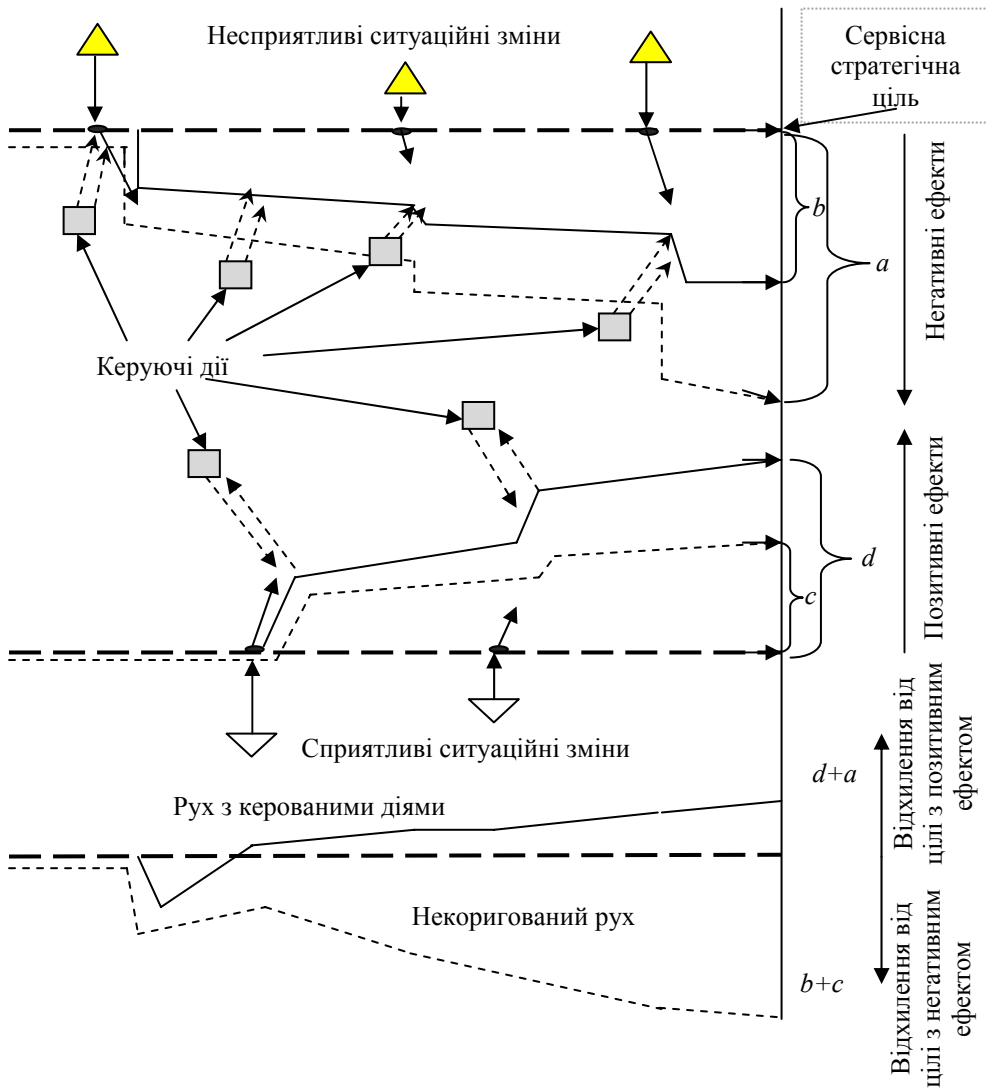
У спрощеному вигляді надано очікувані траєкторії руху до визначеної сервісної стратегічної цілі за умов різних альтернатив, а саме: оптимальної реакції персоналу на ситуаційні зміни та за відсутності керуючих дій.

Під час розгляду сервісного управління з точки зору ситуаційного підходу слід враховувати такі чинники:

- несприятливих збурюючих факторів у санаторно-курортній та оздоровчій діяльності зазвичай більше, ніж ситуаційних змін, від яких можна очікувати позитивного ефекту;
- саме негативний ефект має для клієнтів санаторно-курортних та оздоровчих підприємств значну інерційну дію, для нейтралізації якої доводиться докладати постійних зусиль.

Ефективність сервісного управління полягає не тільки у ліквідації негативних наслідків, а й великою мірою залежить від упереджуючих дій, тобто вміння прогнозувати можливі альтернативні шляхи досягнення сервісних стратегічних цілей.

Оперативне та чітке реагування персоналу на ситуаційні зміни, навпаки, може дати дещо більший від очікуваного позитивний ефект (або значно зменшити негативний) завдяки розумінню відпочиваючими тих зусиль, які докладаються персоналом для забезпечення їх якісним сервісом.



Умовні позначення

- Планова траєкторія досягнення цілі
- - - Траєкторія руху до цілі без реагування на ситуаційні зміни
- Траєкторія руху до цілі з керуючим впливом

Відхилення від оптимального стратегічного розвитку під впливом:

- a* – негативних ефектів за відсутності керуючих дій;
- b* – негативних ефектів за наявності керуючих дій;
- c* – позитивних ефектів за відсутності керуючих дій;
- d* – позитивних ефектів за наявності керуючих дій.

Рис. 2. Сервісне управління в умовах ситуаційних змін *

**Розроблено і складено авторами.*

Висновки. Конструктивною компонентою впровадження сервісної концепції в управління санаторно-курортними та оздоровчими підприємствами є її прикладна спроможність, що базується на інструментальній складовій методології. Запропоновано сукупність методик, що є інструментальною складовою концепції "сервісне управління", детальний огляд яких є науковим завданням для подальших досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Чернышев Б.* Менеджмент в сервисной экономике: сущность и содержание / Б. Чернышев. — Режим доступа : http://vasilieva.narod.ru/ptpu/16_1_04.htm.
2. *Albrecht K.* America's Service. Homewood : Dow Jones-Irvin / K. Albrecht. — 1998. — P. 20.
3. *Christian Grönroos.* From Scientific Management to Service Management. — Режим доступа : http://www.iei.liu.se/fek/frist/722g60/gruppernas_artiklar_och_presentationer/1.163364/http.www.emeraldinsight.com.lt.itag.bibl.liu.se_Insight_ViewContentServletcontentTypeArticleFilename_published_emeraldfulltextarticle_pdf_0850050101.pdf.
4. *Шалфицкий И. И.* КУКС-технология сервисного управления компанией: что представляют собой карты управления качеством сервиса / И. И. Шалфицкий, Е. И. Рыжкова // Маркетинг услуг. — 2011. — № 2. — С. 110–120.
5. *Карловская Е. А.* Методология организации предоставления государственных услуг на основе субъектно-ориентированного подхода : автореф. дис. на соиск. учен. степени д-ра экон. наук : 08.00.05 / Е. А. Карловская. — Хабаровск, 2012. — 47 с.
6. *Моргулець О. Б.* Діалектичний зв'язок сервісології та сервіс-менеджменту / О. Б. Моргулець // Економічний вісник Донбасу. — 2011. — № 3. — С. 188–192.
7. *Ветитнев А. М.* Сервисноориентированная концепция управления санаторно-курортными организациями в рыночных условиях : автореф. дис. на соиск. учен. степени д-ра экон. наук : 08.00.05 / А. М. Ветитнев. — М., 2006. — 52 с.
8. *Mazaraki A.* Semantic modeling of service management of sanatorium resort and health enterprise / A. Mazaraki, N. Vedmid // The economic annals-Xxi journal. — 2013. — № 7–8.
9. *Артамонова М. В.* Формирование системы сервисного сопровождения санаторно-курортных услуг : дис. на соиск. учен. степени канд. экон. наук : 08.00.05 / М. В. Артамонова. — Новосибирск, 2005. — 157 с.
10. *Ермакова С. Э.* Формирование и развитие процессно-ориентированного управления в медицинских организациях : автореф. дис. на соиск. учен. степени д-ра экон. наук / С. Э. Ермакова. — М., 2011. — С. 32.
11. *Введение в сервис.* — Режим доступа : <http://postmodern.narod.ru/book/book6.htm>.
12. *Сетиаван А.* Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе (fb2) / А. Сетиаван, Ф. Котлер, Х. Картаджайя ; пер. А. Ю. Заякина. — М. : Эксмо, 2011. — 240 с.
13. *Князева Е. Н.* Синергетика: нелинейность времени и ландшафты коэволюции / Е. Н. Князева, С. П. Курдюмов. — М. : КОМКНИГА, 2007. — 272 с.

Стаття надійшла до редакції 16.09.2013.

Mazaraki A., Vedmid N. Service concept of management of sanatorium resort and health enterprises.

Background. The offered research is devoted to the presentation of basic scientific and methodological notions of service concept of functioning and development of sanatorium resort and health enterprises.

Review of scientific sources. Analysis of scientific views shows that to date there is no single approach to determine the nature and content of the basic elements of the concept of service management of sanatorium resort and health enterprises.

The purpose of this paper is to describe the main scientific and methodological notions of functioning and development of sanatorium resort and health enterprises.

Results. In the article the scientific and methodological basis for service management concepts of sanatorium resort and health enterprises has been developed, the subject and object of management concepts have been determined and its main structural components, namely: the main goal, objectives, principles and methodological basis have been described.

The subject of service management is managers who directly form the service strategy of the enterprise and determine the policies and procedures of service of the company, contact staff that directly service holidaymakers, staff of other divisions that may be involved directly or indirectly in the provision of sanatorium, health and resort services. The object of management service is personalized service needs of vacationers of sanatorium resort and health enterprises.

The objective of service management is to meet the personalized service needs and interests of vacationers and personnel, the establishment of effective service activities, promotion of the highest possible economic and social benefits of sanatorium resort and health enterprises.

Following specific principles of service management have been determined: orientation to service the needs of vacationers by establishing long-term relationships based on bilateral transaction terms, the principle of prevailing focus on quality of service, the principle of feasibility basis of service satisfaction, which includes orientation to form a service-oriented segmentation, the principle of co-evolution service interaction, the principle of holism.

It has been offered to use principles and tools of system, process and situational approaches as a research methodology for concepts of management service of sanatorium resort and health enterprises.

Conclusion. Structural component of implementing the service concept in the management of sanatorium resort and health enterprises is its applied value, based on an instrumental component of the methodology. A closer look of methods that are instrumental component of the concept of "service management", is a scientific objective of further research.

Keywords: sanatorium resort and health enterprises, service management concept, subject and object of management concept, service needs, service management principles.

REFERENCES

1. Chernyshev B. Menedzhment v servisnoj jekonomike: sushhnost' i sodержanie / B. Chernyshev. — Rezhim dostupu : http://vasilievaa.narod.ru/ptpu/16_1_04.htm.
2. Albrecht K. America's Service. Homewood : Dow Jones-Irvin / K. Albrecht. — 1998. — P. 20.
3. Christian Grönroos. From Scientific Management to Service Management. — Режим доступу : http://www.iei.liu.se/fek/frist/722g60/gruppernas_artiklar_och_presentationer/1.163364/http.www.emeraldinsight.com.lt.itag.bibl.liu.se_Inight_ViewContentServletcontentTypeArticleFilename_published_emeraldfulltextarticle_pdf_0850050101.pdf.

4. *Shalfickij I. I.* KUKS-tehnologija servisnogo upravljenja kompaniej: chto predstavljajut soboj karty upravljenja kachestvom servisa / I. I. Shalfickij, E. I. Ryzhkova // Marketing uslug. — 2011. — № 2. — S. 110–120.
5. *Karlovskaja E. A.* Metodologija organizacii predostavlenija gosudarstvennyh uslug na osnove subektno-orientirovannogo podhoda : avtoref. dis. na soisk. uchen. stepeni d-ra jekon. nauk : 08.00.05 / E. A. Karlovskaja. — Habarovsk, 2012. — 47 s.
6. *Morgulec' O. B.* Dialektychnyj zv'jazok servisologii' ta servis-menedzhmentu / O. B. Morgulec' // Ekonomichnyj visnyk Donbasu. — 2011. — № 3. — S. 188–192.
7. *Vetitnev A. M.* Servisnoorientirovannaja koncepcija upravljenja sanatorno-kurortnymi organizacijami v rynochnyh uslovijah : avtoref. dis. na soisk. uchen. stepeni d-ra jekon. nauk : 08.00.05 / A. M. Vetitnev. — M., 2006. — 52 s.
8. *Mazaraki A.* Semantic modeling of service management of sanatorium resort and health enterprise / A. Mazaraki, N. Vedmid // The economic annals-Xxi journal. — 2013. — № 7–8.
9. *Artamonova M. V.* Formirovanie sistemy servisnogo soprovozhdenija sanatorno-kurortnyh uslug : dis. na soisk. uchen. stepeni kand. jekon. nauk : 08.00.05 / M. V. Artamonova. — Novosibirsk, 2005. — 157 s.
10. *Ermakova S. Je.* Formirovanie i razvitie processno-orientirovannogo upravljenja v medicinskih organizacijah : avtoref. dis. na soisk. uchen. stepeni d-ra jekon. nauk / S. Je. Ermakova. — M., 2011. — S. 32.
11. *Vvedenie v servis.* — Rezhim dostupu : <http://postmodern.narod.ru/book/book6.htm>.
12. *Setiavan A.* Marketing 3.0: ot produktov k potrebiteljam i dalee – k chelovecheskoj dushe (fb2) / A. Setiavan, F. Kotler, H. Kartadzhajja ; per. A. Ju. Zajakina. — M. : Jeksno, 2011. — 240 s.
13. *Knjazeva E. N.* Sinergetika: nelinejnost' vremeni i landshafty kojevoljucii / E. N. Knjazeva, S. P. Kurdjumov. — M. : KOMKNIGA, 2007. — 272 s.