

Формування лояльності дозволяє створити сприятливе середовище функціонування підприємств сфери послуг на принципах довговічності зобов'язань (гарантії), відзивчивості, взаємності та довіри.

Отже, можна зробити висновки, що політика формування маркетингу лояльності є однією з елементів стратегії підприємства та виступає в якості підґрунтя успішної конкурентної боротьби. Маркетинг лояльності дозволяє підприємству досягнути, зберегти та посилити свої конкурентні переваги.

1. *Алешина И. В. Поведение потребителей: Учеб. пособие для вузов / Ирина Володимировна Алешина. – Москва: ФАИР-ПРЕСС, 2000. – 384 с.* 2. *Gilmore Audvej. Ushudi. Marketing i zarzadzanie. – Warszawa: PWE, 2006. – 217 s.* 3. *Фридемман В. Нердингер. Ориентация на клиента / Пер. с нем / Фридемман В. Нердингер. – Харьков: Изд-во Гуманитарный Центр, 2004. – 180 с.*

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗА ДОПОМОГОЮ АУТСОРСИНГУ

Петрик І.В.

Львівський університет бізнесу і права

Розглянуті умови становлення аутсорсингу, проаналізовані умови користування послугами аутсорсингових підприємств, виділені переваги та недоліки аутсорсингу для підприємств.

Підвищення ефективності роботи підприємства залежить від багатьох внутрішніх та зовнішніх факторів. Ряд процесів, що супроводжують виробництво чи надання послуг, створюють додаткові витрати та ризики для підприємства, навіть не являючись основними. Для цього підприємства звертаються до фахівців, що можуть заповнити відповідну якість виконуваної роботи. Саме такими фахівцями являються аутсорсингові підприємства.

Проблема визначення поняття та економічної сутності аутсорсингу знайшла своє відображення у роботах багатьох економістів, таких як М. Доннеллан, К. Ендрейд, Г. Кассіді, С. Клементс, К. Будзинська, Д. Далковська та інших.

Метою даної роботи є дослідження ефективності аутсорсингу у діяльності підприємств.

Однією із цілей, які ставлять перед собою керівники підприємств є забезпечення конкурентних переваг на ринку по відношенню до потенційних конкурентів та отримання найдешевших і найбільш ефективних форм розвитку власного бізнесу за допомогою різних важелів, в тому числі залучаючи зовнішню допомогу. З цією метою підприємства, постійно шукають кращі методи управління і використання їх власного капіталу. Одним з таких методів, що в даний час стає все більш популярними, серед малих і середніх компаній є аутсорсинг.

Незважаючи на широке застосування аутсорсингу в сучасній світовій бізнес практиці, саме визначення нової концепції управління бізнесом є відносно нове. Офіційно термін «аутсорсинг» був введений у 1989 році, коли компанія Eastman Kodak найняла сторонні організації для купівлі, запуску та супроводження своїх систем обробки інформації. До 2001 року аутсорсингом вважалося лише передавання інформаційних функцій на виконання зовнішнім підрядникам. Сьогодні аутсорсинг - це інструмент управління підприємством, спрямований на підвищення ефективності та конкурентоспроможності діяльності, який передбачає укладання контракту між замовником і постачальником (аутсорсером) з метою виконання останнім як основних, так і другорядних бізнес-функцій замовника за певну плату, що зумовлює реорганізацію і оптимізацію підприємницької діяльності і, за необхідності, залучення тимчасового персоналу. Зміст поняття, яке зараз широко відоме, використовувався ще на початку ХХ століття Генрі Фордом у виробництві своєї продукції для зменшення власних витрат. Він сказав: «Якщо є щось, що ви не можете зробити ефективніше, дешевше і краще, ніж наші конкуренти, немає сенсу робити це. Ми повинні найняти для виконання цієї роботи тих, хто робить це краще» [1].

Аутсорсинг являє собою метод управління бізнесом, пов'язаний з використанням зовнішніх постачальників послуг, для реалізації конкретних, допоміжних функцій, що знімає навантаження із співробітників підприємства і дозволяє їм зосередитися на найбільш важливих завданнях.

Метою використання аутсорсингу в роботі підприємства, як правило, є зниження вартості операцій, і перетворення постійних витрат у змінні. В результаті аутсорсингу багато операцій передаються зовнішнім підприємствам, що надають широкий спектр послуг.

Умови використання зовнішніх підприємств залежить від управлінського потенціалу керуючого підприємства. Тому доцільно підписати угоду про взаємну співпрацю, окреслити в ній якість послуг та відповідні штрафні санкції, що будуть застосовані при невиконанні

умов договору. В даний час на ринку українських підприємств є достатній рівень конкуренції серед аутсорсингових підприємств різних спеціальностей (ІТ фахівців, бухгалтерів, юристів, рекламних агентств, транспортних компаній тощо). Наявність конкуренції підвищує якість надаваних послуг, позитивно впливає на ціни, дозволяє використовувати альтернативи у разі незадоволення якістю виконаних робіт [2].

Сьогодні аутсорсинг найчастіше використовується в наступних областях: бухгалтерський облік, фінансові та аналітичні послуги, управління персоналом, документами, проектами, послуги в сфері ІТ, логістики та юриспруденції [3].

До переваг аутсорсингу належить зниження витрат і висока якість процесу за рахунок спеціалізації третьої сторони - підприємство пропонує послуги для багатьох підприємств і може забезпечити певні послуги набагато дешевше і на більш високому рівні, ніж у ситуації, якщо це підприємство повинне працювати за свій рахунок і на власний ризик. Найбільш поширеною причиною для вибору аутсорсингу, в першу чергу, є здатність контролювати і скорочувати витрати, а також можливість зміни величину постійних та змінних витрат, збільшити рівень обороту.

Серед інших факторів, що впливають на рішення підприємства використовувати аутсорсинг є: скорочення часу та підвищення якості процесу; підвищення ефективності; вільний доступ до останніх розробок і технологічної компетенції без додаткових витрат; більш оптимальне використання людських ресурсів; більш низькі рівні довгострокових інвестицій капіталу; більша передбачуваність витрат; можливість реорганізувати підприємство і таким чином підвищити ефективність управління; випередження конкурентів, зосередивши увагу на основному бізнесі; зменшення ризиків бізнесу; вивільнення додаткових коштів для інвестицій в інших областях.

Проте, найбільшою перевагою аутсорсингу є можливість підприємства зосередитися на основному бізнесі, а також можливість стати більш гнучким до умов ринку, перетворюючої постійні витрат у змінні [4].

Висновки. Використання аутсорсингу підприємством дозволяє йому зосередитися на своєму основному виді діяльності, за для якого підприємство існує, і за допомогою якого може отримати конкурентні переваги. Аутсорсинг є стратегічним інструментом бізнесу, який підтримує управління підприємства, допомагає йому розвиватися і підвищує ефективність його діяльності. Важко бути експертом в кожній області, що ускладнюється швидким розвитком технологій і зміною навколишнього середовища. Саме тому краще і дешевше

звернутися до фахівців, що спеціалізуються на виконання певної роботи та наданні певних послуг на високому рівні і на власний ризик.

1. *Katarzyna Budzyńska Outsourcing usług logistycznych w przemyśle spożywczym* [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.logistyka.net.pl/bank-wiedzy/logistyka/item/85047-outsourcing-uslug-logistycznych-w-przemysle-spozywczym>
2. *Dorota Dalkowska Outsourcing – Solution for Business* [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.impel.pl/en/about-the-company/outsourcing--solution-for-business.html>
3. Куцин Є.М. Теоретичні та прикладні аспекти аутсорсингу // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – №1. – с. 213-217
4. Багіров Е.Г. Особливості логістичного аутсорсингу в Україні / Е.Г. Багіров, Д.Е. Лисенко, Д.Н. Бугас Вісник Національного аерокосмічного університету ім. М.Є. Жуковського «ХАІ» Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики, 2011, №4 (16)

МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСУ ВЗАЄМОДІЇ НОСІЇВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Холявка Л.Ю.

Національний університет "Львівська політехніка"

У сучасній інноваційній моделі економічного розвитку посилюється роль нематеріальних ресурсів та їхніх можливостей у забезпеченні конкурентоспроможності кожного суб'єкта господарювання. При цьому слід наголосити, що ці можливості, тобто інтелектуальний потенціал, визначаються не лише умовами середовища функціонування підприємства та наявними у нього інтелектуальними ресурсами, а й у значній мірі особливостями взаємовідносин і взаємодії основних носіїв даного потенціалу – його працівників. Тому, актуальним є розкриття даного питання, зокрема з позиції перетину і узгодження цілей носіїв інтелектуального потенціалу підприємства та їхніх функцій.

Дослідженню теоретичних і прикладних аспектів управління інтелектуальним потенціалом присвячені численні праці вітчизняних і зарубіжних науковців. Дослідження І. Мойсеєнко, Л. Диби, О. Кендюхова, Є. Докторука, В. Волікова, С. Тесьєра, А. Роджера, В. Левашова, Т. Бьюзена, Е. Тран, А. Брукінг, К. Свейбі та ін. мають на меті створення інструментарію управління інтелектуальним