

4. Кобелева Т.О., Марчук Л.С. Методи оцінювання ефективності реклами та її впливу на споживачів // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХП": зб. наук. пр. Темат. вип.: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків: НТУ "ХП". – 2015. – № 25 (1134). – С. 79-84.

5. Перерва П.Г., Нагі С., Кобелева Т.О. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності // Нац. техн. ун-ту "ХП" (економічні науки): зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХП», 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94.

6. Kosenko, O.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. Monitoring the commercial potential of intellectual property // Науковий вісник Полісся. 2017. № 1(9), ч.2. С. 140-145. URI: <http://ir.stu.cn.ua/123456789/12785>

7. Перерва П.Г., ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л., Кобелева Т.О. Попередження кризових явищ на підприємстві засобами санації та реструктуризації // Нац. техн. ун-ту "ХП". Серія : Технічний прогрес та ефективність виробництва : зб. наук. пр. – 2015. – № 60 (1169). – С. 78–81.

УДК 339.13

Перерва П. Г.,

д.е.н., професор, декан економічного факультету,

Назаренко С. М.,

аспірант

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Формування принципів маркетингового забезпечення іт-аутсорсингу

На етапі глобалізації економіки велике значення набуває система маркетингового забезпечення ІТ-аутсорсингу при його використанні різними промисловими підприємствами. При цьому відбувається скорочення видатків на власну інфраструктуру, оскільки оплачуються лише послуги аутсорсингової фірми. У сучасних ринкових умовах, що стрімко змінюються, особливу значущість набувають принципи, що відображають систему маркетингового управління ІТ-аутсорсингом. При формуванні принципів управління маркетингом ІТ-аутсорсингу слід дотримуватися наступних етапів.

1. Методичне забезпечення вихідних умов створення системи принципів управління ІТ-аутсорсингом для вирішення тієї чи іншої корпоративної проблеми.

2. Облік та систематизація можливих бар'єрів (перешкод) з диференціацією їх на загальні, типові, об'єктивні, суб'єктивні та непередбачені за рахунок випадкових обставин.

3. Остаточний етап формування принципу з чітким трактуванням основних складових компонентів, положень з метою прийняття своєчасного коригування управлінських рішень щодо ринкової участі підприємства.

На наш погляд, до основних принципів створення системи маркетингу аутсорсингу слід віднести: принцип організаційної поведінки; професіоналізму

керівництва; мотивації; оптимізації розміщення замовлень; економічної доцільності. Суть цих принципів може бути зведена до наступного.

Принцип організаційної поведінки є вирішальним у здійсненні системи ІТ-аутсорсингу. Основними компонентами цього принципу є: якість виконання прийнятих стратегій; профілактика підприємницького ризику; сервісний потенціал та корпоративна культура.

Принцип професіоналізму керівництва (компетентності постачальника послуги) використовується для успішного виконання ІТ-аутсорсингових програм. Він акумулює у собі знання та вміння керувати персоналом, непередбачуваними ринковими ситуаціями з використанням високої культури психологічної взаємодії, елементів мотивації та стимулювання виконавців, а також механізмів антикризового управління. Для виконання роботи в режимі ІТ-аутсорсингу від постачальника послуги, крім високого професіоналізму, потрібна популярність і визнання висококласного фахівця даної сфери. Бажано, щоб постачальник ІТ-аутсорсингової послуги був вигідно схильний до її споживачів. Компанія має досконало володіти філософією маркетингу, передовими формами та методами логістики.

Принцип мотивації. Для якісного виконання робіт ІТ-аутсорсингу постачальник послуги має чітко знати систему стимулювання, яка функціонуватиме до кінця угоди на аутсорсинг. Як мінімум контрактом мають бути враховані фактори ризику та частка прибутку, які сторони розділять між собою. Серед основних складових цього принципу є компонент морального та матеріального стимулювання.

Принцип оптимального розміщення замовлень, тобто порівняння змісту ІТ-аутсорсингової стратегії, розробленої верхнім ешелonom ієрархії управління, та її матеріальною реалізацією за рахунок тактики виконання фахівцями запрошених підрозділів у конкретних ринкових ситуаціях із використанням передових форм та методів логістики. Цей принцип пронизує всі етапи ІТ-аутсорсингової діяльності, особливо у реалізації управління потоко-процесами. Вміння делегувати повноваження стороннім організаціям стає реальним за умови гнучкого використання складного механізму ІТ-аутсорсингу.

Принцип економічної доцільності, реалізація якого забезпечує виконання контракту на ІТ-аутсорсинг. Основними компонентами цього принципу виступають: ринкова орієнтація фірми з метою своєчасного формування та виявлення незадоволеного попиту у суспільстві; єдність стратегії ІТ-аутсорсингу та тактики його виконання; оцінка конкурентної переваги в умовах свободи підприємництва та рівноправного партнерства; здійснення своєчасного контролю та обліку. Важливо відзначити, що досягнення побудови системи партнерських відносин між аутсорсі та аутсорсером неможливе без взаємного розуміння тих переваг, які будуть отримані в результаті партнерства. У цьому полягає головне завдання маркетингу — визначення переваг обох підприємств і встановлення міцних зв'язків.

Література

1. Синяев В. В. Маркетинг аутсорсинга - функция менеджмента современной компании: проблемы, теория, практика. М.: «Дашков и К°», 2015. 208 с.
2. Pererva, P., Kobieliava, T., Tkachova, N., Tkachov, M., Diachenko, T. (2021) Management of relations with enterprise stakeholders on the basis of value approach. Problems and Perspectives in Management, 19(1), pp. 24-38. URL: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19\(1\).2021.03](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19(1).2021.03)
3. Pererva P.G, Kobieliava T.O., Tkachova N.P. Investigation of the role of venture companies in the early stages of the product life cycle // Науковий вісник Полісся. 2017. № 2 (10). Ч.2. С.144-149. URI: <http://ir.stu.cn.ua/123456789/15196>
4. Перерва П.Г., Нагі С., Кобелева Т.О. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності // Нац. техн. ун-ту "ХПІ" (економічні науки): зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХПІ», 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94.
5. Kosenko, O.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. Monitoring the commercial potential of intellectual property // Науковий вісник Полісся. 2017. № 1(9), ч.2. С. 140-145. URI: <http://ir.stu.cn.ua/123456789/12785>
6. Перерва П.Г., ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л., Кобелева Т.О. Попередження кризових явищ на підприємстві засобами санації та реструктуризації // Нац. техн. ун-ту "ХПІ". Серія : Технічний прогрес та ефективність виробництва : зб. наук. пр. – 2015. – № 60 (1169). – С. 78–81.
7. Кобелева Т.О., Марчук Л.С. Методи оцінювання ефективності реклами та її впливу на споживачів // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ": зб. наук. пр. Темат. вип.: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків: НТУ "ХПІ". – 2015. – № 25 (1134). – С. 79-84.

УДК 379.85

Перерва П. Г.,

д.е.н., професор, декан економічного факультету,

Паймаш Г. В.,

аспірант

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Напрямки маркетингового дослідження ринку праці осіб з обмеженими трудовими можливостями

У період ринкових реформ одним із основних факторів, що визначають матеріальну незалежність індивіда, є повноцінна трудова діяльність. В Україні 2,6 мільйона осіб мають інвалідність, більш як половина з них у працездатному віці. Працює лише кожен третій їх, тобто. понад 1,7 мільйона людей позбавлені можливості працювати. На жаль, не всі вони можуть скористатися своїм правом на працю, оскільки на їхньому шляху до роботи виникають не лише суспільні проблеми на ринку праці, а й транспортні, комунікаційні та психологічні бар'єри.