

звернулися більше тисячі молодих фахівців. Як засіб вирішення даної актуальної проблеми, пропонується проект створення elm-бюро (з англ. Engineers in the Labor Market — інженери на ринку праці) основною метою якого є комплексне вирішення проблем працевлаштування випускників ВНЗ. Бюро функціонуватиме на базі ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», у зв'язку з участю університету в європейській програмі модернізації вищої освіти "Tempus PROMENG".

Мета: забезпечення професійно-кваліфікованій збалансованості потреб ринку праці в кадрах вищої кваліфікації і ринку освітніх послуг; підвищення якості працевлаштування і ефективності використання робочої сили випускників ВНЗ шляхом їх додаткової об'єктно-орієнтованої підготовки. Завданнями ELM бюро є: маркетинг ринку освітніх послуг; вивчення вимог працедавців до фахівців; вивчення відповідності знань випускників ВНЗ вимогам працедавців; організація періодичного проведення у ВНЗ ревізії діючих учбових курсів з метою заміни/ модернізації застарілих учбових планів і розробки нових; вивчення потреби індустриальних підприємств в інженерних послугах і послугах з підвищення кваліфікації професійних кадрів; пошук зацікавлених організацій і спонсорів. Існуючі і можливі конкурентні переваги: великий спектр послуг (рекрутинг, повчальні тренінги), що надаються; орієнтація на певну цільову аудиторію, що забезпечить постійний попит на послуги; допомога випускникам при адаптації на першому робочому місці, базуючись на досвіді колишніх випускників, працюючих в різних сферах виробництва (членів «Асоціації випускників ПГТУ»); платформа для просування (реклама, юридичний, патентний і фінансовий супровід) і фактичного впровадження у виробництво студентських наукових і раціоналізаторських розробок членів СНТ; реклама автора наукової розробки по реєстрації усіх його наукових досягнень (свідоцтво члена СНТ). Пропозиція автора наукової розробки (члена СНТ) в якості практиканта, стажиста і/або працівника підприємства.

Заходи по реалізації проекту і його маркетингової стратегії:

1. Створення сайту, на якому реєструватимуться: а) ті, що бажають працевлаштуватися (студенти і випускники минулих років; б) працедавці, що висувують вимоги до компетенцій і навичок. Збір вакансій по підприємствах і надання працівників після тестування, співбесіди, іспитів, а також збір наукових розробок студентів - членів СНО).
2. Проведення рекламної компанії (реклама на сайті і в засобах масової інформації за розробленим сценарієм).
3. Робота з інформацією.
4. Взаємодія з університетом.
5. Навчання і працевлаштування.

**Ірина КУШАЛ**

Східноукраїнській національний університет ім. В. Даля, м. Луганськ

## **УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ПРИЙНЯТТЯ СТРАТЕГІЧНИХ РІШЕНЬ**

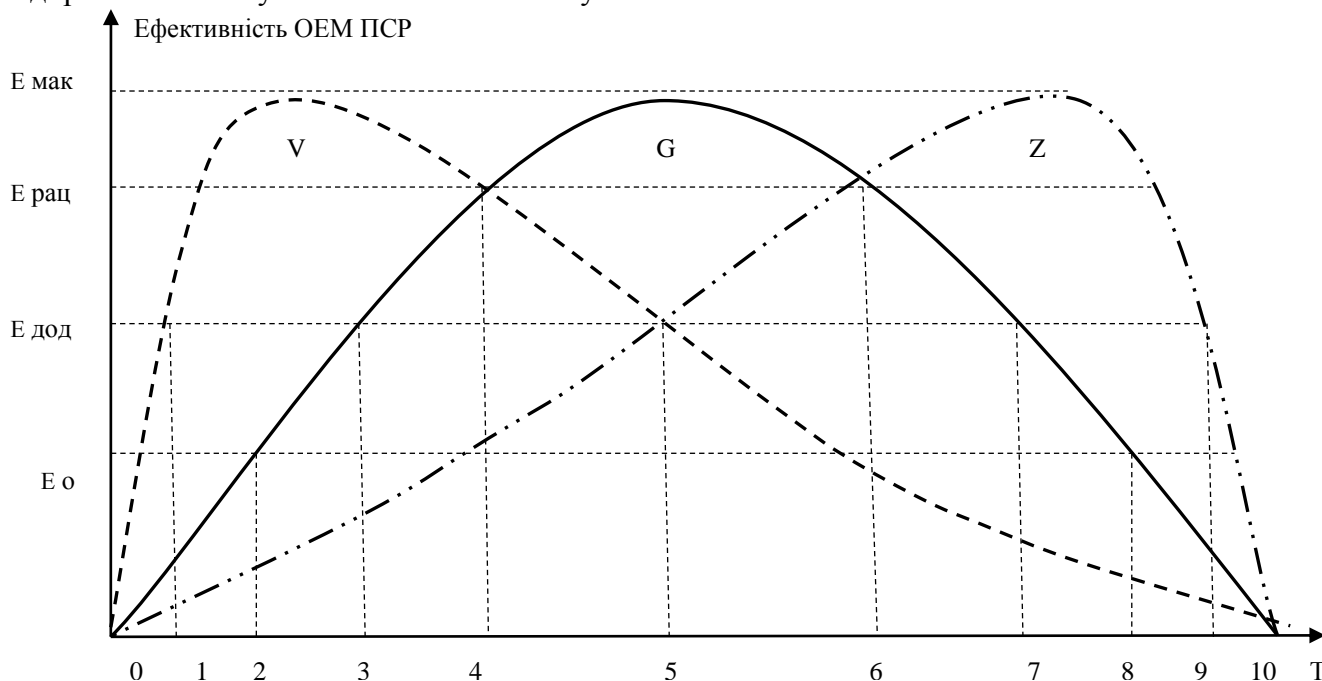
Одною із закономірностей розвитку світової економіки є взаємозв'язок економічного зростання і системи управління підприємством, що підтверджують зростання частки професійних менеджерів у даній сфері; управлінські інновації, що зростають та пов'язані з прогресом суспільства та зростом його виробничих сил. Впровадження новітніх підходів до управління ефективністю стратегічних рішень обумовлює зріст ефективності національного процесу відтворення, збільшення рівня життя населення, що обумовлює певну актуальність проблеми створення та удосконалення системи оцінювання ефективності організаційно-економічного механізму прийняття стратегічних рішень (ОЕМ ПСР).

Аналіз вітчизняної та зарубіжної літератури свідчить про відсутність універсальної системи оцінювання ефективності та якості, яка буде прийнятною на етапах моделювання та моніторингу ОЕМ ПСР та забезпечить зростання ефективності використання ресурсів, стійкий розвиток відповідно до прогнозів кон'юнктури ринку праці й довгострокового розвитку. Таким чином, є

наявна необхідність теоретичного осмислення та формування орієнтованого на ринкові умови підходів до управління ефективністю OEM ПСР підприємствами та їх реалізації, як основи розвитку національного господарчого комплексу.

Ефективність підприємства в цілому складається з ефективності прийнятих стратегічних рішень, ефективності механізму прийняття рішень, високого іміджу серед постачальників, контрагентів і клієнтів. Узагальнюючи вище сказане, під ефективністю OEM ПСР підприємствами будемо розуміти набуту ефективність від прийняття конкретного стратегічного рішення та ступінь досягнення стратегічної мети підприємства.

Рівень ефекту від реалізації стратегічних рішень змінюється відповідно до стадії життєвого циклу, на якій знаходиться підприємство, що необхідно враховувати під час управління ефективністю OEM ПСР (рис. 1). Графічна модель змін ефективності OEM ПСР підприємствами відбиває її залежність від стадій розвитку, які підприємство проходить за період свого функціонування: зародження, розвиток, спад та застою. Площа епюри «V» відповідає змінам ефективності OEM ПСР для підприємств на стадіях зародження та розвитку для видів діяльності, що характеризуються високим рівнем ризиковості та, як наслідок, прибутковості. Максимальне значення ефективності OEM ПСР ( $E_{\text{мак}}$ ) для таких видів діяльності досягається на перших двох стадіях життєвого циклу, яка після інтенсивного використання ресурсного потенціалу підприємства поступово та повільно знижується.



**Рис. 1. Модель зміни ефективності OEM ПСР відповідно до життєвого циклу підприємства**

Примітка:  $E_{\text{мак}}$  – максимальна ефективність OEM ПСР за відсутності негативного впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища;  $E_{\text{рац}}$  – раціональна ефективність OEM ПСР під час збалансування впливу агресивного середовища;  $E_{\text{дод}}$ ,  $E_{\text{о}}$  – додаткова та початкова ефективність OEM ПСР.

Відповідно, площа епюри «Z» є симетричною та відбиває зміни ефективності OEM ПСР для видів діяльності, що розвиваються поступово, опанування наявного потенціалу відбувається у другій половині життєвого циклу та після досягнення свого піку швидко знижується. Стратегічні рішення після опанування ресурсного потенціалу підприємств здебільшого спрямовані на переміщення своєї діяльності. Обидві конфігурації наочно демонструють зміни ефективності OEM ПСР для двох протилежних за своїм розвитком видів діяльності.

Епюра «G» є результатом графічного усереднення площі раціональної та додаткової ефективності ( $G = V + Z$ ) за двома попередніми варіантами розвитку подій, зміни ефективності OEM ПСР відбувається з максимальним використанням ресурсного потенціалу підприємства і, як наслідок, з більш високим рівнем ефективності. Подана конфігурація наділена стійким проявом

залежності ефективності OEM ПСР від стадії життєвого циклу підприємства. Епюра «G» відбиває цілеспрямовано оптимізовану модель розвитку підприємства з високим рівнем керованості, що наділена симетрією та рівновагою, відображає розвиток підприємств у мінливих умовах господарювання, забезпечує керованість темпів росту ефективності OEM ПСР, наділяє адекватним строком реакції OEM ПСР на зміні зовнішнього та внутрішнього середовища, що інтегрально впливає на якість та ефективність механізму реалізації стратегічних рішень та слугує основою для управління ефективністю підприємства в цілому.

Подальше дослідження повинно бути спрямоване на пошук універсального показника ефективності організаційно-економічного механізму прийняття стратегічних рішень.

**Альона ЛЕВИЦЬКА**

Хмельницький національний університет

### **ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВ ЗА УМОВ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ**

Сьогоднішні глобальні ринкові відносини відкривають перед підприємствами нові комерційні можливості, створюють доступ до світових матеріальних, інноваційних, інтелектуальних і фінансових ресурсів. Однак, з іншого боку, вони призводять до підвищення ризиковості діяльності вітчизняних підприємств, загострюючи конкурентну ситуацію та посилюючи залежність національної економіки від світових економічних та фінансових процесів. Все це, звісно ж, вимагає нових підходів вітчизняних підприємств до забезпечення конкурентних переваг в умовах інтеграційних процесів.

Питанням вивчення суті конкурентних переваг та окреслення підходів щодо їх формування та забезпечення на підприємствах присвячено цілий ряд праць як вітчизняних, так і закордонних науковців. Зокрема, Ягодкіної О. В., Ягафарової Є. Ф., Дороніна А. І., Бескорсої О. А. та ін.

Конкурентними перевагами підприємства вважаємо сукупність комбінацій наявних у нього ресурсів (сировинних, трудових, управлінських, технологічних, інформаційних, маркетингових та ін.) та способів їх використання, які забезпечують йому ширші можливості виробництва і реалізації продукції (ширші можливості діяльності) порівняно з його конкурентами.

Джерелом конкурентних переваг будь-якого суб'єкта господарювання є комбінації наявних у нього ресурсів. Саме ефективне поєднання існуючих ресурсів дозволяє підприємству створити певні конкурентні переваги. З огляду на це, забезпечення конкурентних переваг підприємства можна вважати процесом формування комбінацій його ресурсів.

Процеси формування конкурентних переваг неоднозначно представлені різними авторами. Деякі з них ототожнюють формування конкурентної переваги зі створенням конкурентоспроможних товарів, [1]. Є. Ф. Ягафарова [2] представила процес формування конкурентних переваг на основі нематеріальних ресурсів. Доронін А. І. [3] розглядає процеси забезпечення конкурентних переваг продукції в управлінні інноваційною діяльністю промислового підприємства.

Крім того, існують й інші підходи. Так, О. А. Бескорса [4] визначає наявність також системного та процесного підходів до розуміння процесу забезпечення конкурентних переваг підприємства.

Отже, в сучасній науковій літературі чітко окреслюються кілька основних підходів щодо забезпечення конкурентних переваг підприємства: ресурсний – конкурентні переваги можуть бути досягнуті лише завдяки певним ресурсам; ринковий – конкурентні переваги досягаються внаслідок забезпечення споживчих вимог, унікальності підприємства, його прибутковості та ефективної діяльності; технологічний – формування конкурентних переваг трансформується в завдання адаптації системи управління до змін конкурентного середовища.

Отже, інтеграційні процеси в сучасній світовій економіці змушують підприємства адаптуватися до нових ринкових умов і, зокрема, до нових умов конкуренції. Саме тому сучасна парадигма забезпечення конкурентних переваг підприємств повинна ґрунтуватися на: формуванні обмеженої кількості конкурентних переваг (ключових); наданні пріоритету розвитку людських