

(професіоналізм, ввічливість та ін.).

Елементи, що приносять задоволення можуть викликати добру реакцію, якщо очікування задоволені. Наприклад, можливість модифікації існуючих схем постачань під потреби споживача; вбудовування нових замовлень у вже сформований план; пропозиція комплексних рішень.

Елементи, що приносять розчарування, мають місце, коли вони не виконані правильно, викликають негативну реакцію: наявність пошкодженого товару і погіршення його якості; випадки крадіжок, втрат, псування; повернення товарів покупцем, скарги покупців тощо.

Література.

1. Чухрай Н. Логістичне обслуговування. Львів: Нац. ун-т «Львівська політехніка», 2006. 292 с.

2. Джонсон Д., Вуд Д.Ф., Вордлоу Д.Л. и др. Современная логистика; пер. с англ. А.И. Мороза, С.Г. Тригуб и др. 7 е изд. Москва: Вильямс, 2002. 615 с.

3. Бауэрсокс Доналд Дж., Дейвид Дж. Клосс. Логистика: интегрированная цепь поставок; пер. с англ. 2-е изд. Москва: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005. 640 с.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*Поправка К. С., студентка
Науковий керівник: Семенова Т. В., к. е. н., доцент
Національна металургійна академія України*

Успішне проведення в Україні економічних реформ багато вчених і практиків пов'язують з можливостями використання на всіх рівнях управління класичних інструментів менеджменту, маркетингу, логістики. Однак, як показав досвід реформування вітчизняної економіки, ці інструменти, що добре зарекомендували себе у стабільній економіці розвинених країн, не завжди і не скрізь успішно застосовуються в нашій країні. Це стосується передусім логістики, яка на відміну від менеджменту та маркетингу до сих пір не має чіткого концептуального бачення для її ефективного використання.

Метою будь-якої логістичної системи є забезпечення наявності необхідного товару в необхідній кількості та заданої якості в

потрібному місці й у потрібний час для потрібного споживача із необхідними витратами.

Межі логістичної системи окремого суб'єкта господарювання визначаються циклом обігу засобів виробництва, що починається з моменту закупівлі предметів праці, які надходять в логістичну систему, складуються, перетворюються в процесі виробництва у готову продукцію, яка зберігається на складі та в кінці циклу йде з системи до споживачів в обмін на фінансові ресурси.

Побудова та впровадження ефективної логістичної системи підприємства передбачає наступну послідовність дій:

- формулювання мети створення логістичної системи;
- визначення елементів і структури системи;
- функціонування системи та її взаємодія із зовнішнім середовищем;
- оцінка результатів функціонування системи та їх порівняння з поставленою метою.

На сьогодні відсутній єдиний погляд науковців щодо критеріїв оцінювання продуктивності діяльності логістичної системи та ефективності обслуговування споживачів, однак можна виділити ряд критеріїв ефективності, що набули найбільшого розповсюдження. Основним серед цих критеріїв є рівень логістичних витрат, однак не менш важливим є орієнтування підприємства на споживача та досягнення необхідного рівня логістичного сервісу.

Необхідно відмітити, що оцінка логістичної системи проводиться вже на стадії її проектування, планування, а також оцінюються і уже діючі системи. В процесі оцінки необхідно порівнювати потенційні або отримані вигоди із витратами на реалізацію проекту. Вигоди виражаються у вдосконаленні обслуговування, зниженні витрат, покращенні використання активів тощо.

Розглянемо основні підходи щодо оцінки ефективності логістичних систем. Для цього об'єднаємо у три групи показники, що використовують різні автори.

1. Показники, що характеризують функціонування логістичних систем:

- коефіцієнт зв'язку «постачальник – споживач» – відображує ефективність зв'язку даного споживача з тим чи іншим постачальником. Обчислюється як відношення кількості ресурсів (сировини, матеріалів та ін.), що надійшли до споживача за звітний період від даного постачальника, до загальної кількості ресурсів, що

надійшли до споживача;

- коефіцієнт готовності до поставки – визначається як відношення (у відсотках) кількості виконаних замовлень даним підприємством до кількості замовлень, що надійшли на дане підприємство, або як відношення обсягу продукції, що постачається, до обсягу продукції, що замовляється з боку споживачів. Збільшення коефіцієнта готовності до поставки до величини, що наближається до одиниці, у деяких випадках є економічно недоцільним для підприємства-постачальника, тому що витрати зростають швидше, ніж доходи;

- показник кількості ланок логістичної системи – середня кількість торговельних ланок (посередників), через які проходить матеріальний потік від виробника до кінцевого споживача ресурсів (готової продукції).

2. Показники ефективності логістичної системи з точки зору споживача:

- якість обслуговування;
- ціна обслуговування.

Також використовується підсумковий показник, що характеризує здатність фірми досягти повного задоволення споживачів, він має назву «досконале замовлення». Цей показник характеризує, наскільки рівномірно і безперервно відбувається виконання замовлення на всіх етапах, при цьому організація логістичної діяльності має відповідати таким нормативам [1]:

- повна доставка всіх товарів за всіма замовленими товарними позиціями;
- доставка в необхідний споживачеві строк із допустимим відхиленням 1 день;
- повне і акуратне ведення документації щодо замовлення;
- бездоганне дотримання погоджених умов постачання (установка, комплектація, відсутність пошкоджень).

3. Показник ефективності логістичної системи з точки зору її учасників (постачальника, посередника, виробника). В цьому разі критерієм ефективності логістичної системи є максимізація прибутку на одиницю логістичних витрат при умові забезпечення потрібної якості сервісу.

На основі запропонованого критерію використовується агрегований показник ефективності функціонування логістичної системи – рентабельність логістичних витрат.

Рівень розвитку (досконалості) логістичних систем можна

оцінювати за ступенем інтеграції логістичних процесів, а саме [2]:

- фрагментарний рівень (інтеграція на рівні окремих логістичних процесів, функцій);
- функціональний (інтеграція охоплює окремі функціональні області);
- системний (інтеграція охоплює логістичну діяльність підприємства);
- інтеграція на рівні ланцюга поставок (з охопленням всіх учасників логістичної мережі).

Основними шляхами підвищення ефективності логістичної системи на підприємстві є її комплексне забезпечення; досягнення взаємозв'язку видів забезпечення логістичної діяльності з іншими видами діяльності підприємства; використання системного підходу щодо впровадження логістики в господарську діяльність на основі оцінювання комплексу функціональних та забезпечуючих підсистем.

Література.

1. Маркіна І.А. Методологічні питання ефективності управління // Фінанси України. / І.А. Маркіна – 2013. – № 6. – С. 24–32.
2. Карвовський Я.І. Логістика в управлінні стосунками з клієнтами / Я.І. Карвовський, К.М. Блонський // Вісн. нац. ун-ту «Львів. Політехніка». Логістика. – 2016. – №552. – С. 35–39.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ РЕКЛАМИ

Шамірадов Анначарі, студент

Науковий керівник: Бочарова Н. А., к. е. н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Деяка невизначеність, властива рекламі як соціально - економічному явищу обумовлена тим, що вона діє як складна конструкція, складові частини якої відомі, але часто невідома їхня взаємодія й вплив на загальний результат. Ця невизначеність й умови розвитку українського ринку породжують проблеми, до яких звертається усе більше дослідників. Тому оцінка ефективності реклами є досить важливою.

Варто розмежовувати поняття ефективності реклами, ефективності рекламної діяльності й ефективності рекламної кампанії. При цьому під ефективністю реклами розуміється