

підприємство може двома способами: нарощуючи товарний асортимент або насичуючи його.

Розширення товарного асортименту може відбуватися також за рахунок додавання нових виробів у його існуючих рамках, тобто за рахунок насичення асортименту, його вертикальної зміни. Є декілька причин, за яких прибігають до насичення асортименту:

прагнення одержати додатковий прибуток,
спроби задовольнити дилерів, що скаржаться на пробіли в існуючому асортименті,

прагнення повністю задіяти виробничі потужності,
спроби стати провідною фірмою з вичерпними асортиментами,
прагнення ліквідувати ниші з метою недопущення конкурентів.

Отже, сутність проблеми управління асортиментом при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності полягає в плануванні практично всіх видів діяльності, спрямованих на відбір продукції для майбутньої реалізації на закордонному ринку й на приведення її властивостей у відповідність із вимогами споживачів. Труднощі рішення даного завдання полягають в складності об'єднання всіх цих елементів для досягнення кінцевої мети - оптимізації асортименту з обліком поставлених підприємством стратегічних ринкових цілей.

Список літератури:

1. Комаха А. Ассортиментная политика /А. Комаха // Финансовый директор. - № 3, 2001. - С. 74 - 78.

2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: пер. с англ. / Ф. Котлер. - СПб: Питер Ком, 1998. - 559 с.

3. Крапивин А.А. Стратегический маркетинг / А.А. Крапивин, А.Ж. Сусанова. - М.: Економ, 2005 – 621 с.

4. Крылова Г.Д. Практикум по маркетингу / Г.Д. Крылова, М.И. Соколова. - М.: Банки и биржи, 1999. – 240 с.

РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНИХ ФОРМ ЕКСПРЕС-ПЕРЕВЕЗЕНЬ

Позднякова О.Р., студент,

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів, Україна

Однією з найперспективніших галузей логістики є експрес-перевезення. Ця галузь нещодавно сформована на українському ринку, вона швидко розвивається і є досить перспективною та інноваційною.

В науковій літературі ще не має єдиного формулювання поняття «експрес-перевезення», але слід виокремити дефініцію, сформульовану Асоціацією експрес-перевізників (АСЕП) - єдиною некомерційною офіційною структурою в даній галузі:

«експрес-перевезення - це діяльність, пов'язана з наданням послуг і роботами, що забезпечують вивезення, транспортування і доставку за схемою «від дверей до дверей» документів і вантажів в обмежені терміни (12-72 год)».

Лідруючі позиції на світовому ринку послуг з експрес-доставки займають великі організації, які здійснюють інтегровану систему доставки вантажів авіаційним та наземним (автомобільним) транспортом і пропонують широкий комплекс послуг на умовах «від дверей до дверей». Крім того, такі послуги надаються невеликими фірмами, що діють у вузьких технологічних нішах. Ці фірми надають спеціальні послуги, наприклад, по доставці поштових відправлень протягом доби або спеціальних вантажів [1].

Фірма 4sides надає власне визначення поняття експрес-доставка. Під експрес-доставкою підприємство розуміє доставку протягом 1-4 днів вантажів документарного і бездокументарного характеру, вага яких не перевищує 31.5 кг, а габарити обмежені 150 см для більшої довжини ($L < 150$) і 300 см для суми більшої довжини, двох висот (H) і двох широт (l) відправлення ($L + 2H + 2l < 300$) [2].

Обмеження по вазі було запозичене у міжнародних поштових операторів, сенс якого полягає в тому, що цю вагу кур'єри чи працівники сортувальних центрів можуть переносити або кантувати вручну. Обмеження по габаритах пов'язані з тим, що основний обсяг кур'єрських вантажів перевозиться авіатранспортом, у якого розміри завантажувальних люків також лімітовані [1].

В Україні послуги експрес доставки надають понад 20 перевізників. За результатами дослідження, проведеного порталом Favor, в 2014 році найкращим експрес перевізником була «Нова пошта» (оцінка: 5 балів з 5), друге місце зайняла міжнародна фірма «DHL» (3.64 бали), третє – міжнародна кур'єрська служба «Exmoto» (3,36 балів). В 3-ох кварталах 2015 року ситуація серед лідерів змінилася: перше місце з великим відривом займає «Нова пошта» (5 балів), друге – міжнародна фірма «ІнтерСітіПост» (1,63 бали), третє – «Міст Експрес», яка є представництвом міжнародної корпорації MICT (Meest Corporation Inc., Торонто, Канада) (1,29 бала) [3]. «Нова пошта» посідає перше місце серед експрес-перевізників вже понад 10 років. Компанія є лідером і у впровадженні інновацій в галузі, зокрема, такі:

- розширення мережі відділень та збільшення географії присутності;
- нові он-лайн сервіси та ІТ рішення, які дозволяють отримати доступ до усієї необхідної інформації про послуги, відділення та трекінг замовлень;
- прості схеми взаємодії з компанією (центр підтримки клієнта 24/7, оновлений сайт та розвиток прямого спілкування у соцмережах);
- послуги он-лайн кредитування та послуги для інтернет-торгівлі;
- розширення асортименту упаковки для гарантій цілісності будь-яких видів відправлень;
- запровадження нових інноваційних форм відділень – поштоматів [4].

Окрім того, компанія Нова Пошта розробляє план використання сервісу з доставки посилок безпілотними літальними апаратами (дронами). Компанія розглядає

можливість запуску сервісу і пов'язаний з цим ряд технічних і регуляторних питань в індустрії використання безпілотників.

Концепція використання безпілотника для доставки вантажів, розроблений компанією Drone.UA, вже готовий. Продемонстрований прототип може автоматично доставляти невеликі посилки, вагою до 0,5 кг на відстань до 3-4 км. Час автономної роботи прототипу – 18 хвилин [4].

Даний підхід у експрес-перевезеннях має велику кількість переваг в сфері сталого розвитку:

1) невисока вартість вітчизняних дронів (на сьогодні військові безпілотними коштують у 20 разів дорожче, ніж їх українські аналоги);

2) мінімізація використання людських ресурсів (відсутність необхідності фізичної присутності персоналу);

3) точковість (можливість доставки там, де це цілком нерентабельно або технічно неможливо зробити іншими способами);

4) висока оперативність;

5) екологічна чистота польотів (використовуються малопотужні бензинові або безшумні електричні двигуни, забезпечується практично нульове навантаження на довкілля) [5].

Окрім явних переваг, перерахованих вище, оптимізувати експрес перевезення можливо і об'єднавши різні види доставки. Найактуальнішим прикладом є використання одночасно автомобільного транспорту і дронів. Це може бути організовано таким чином: вантажівки беруть на борт коробки і відправляються по маршруту. При цьому автомобіль має на борту декілька дронів, які при наближенні до адреси доставки беруть потрібну коробку і вилітають. При цьому водію не потрібно зупинятися і виходити з кабіни. Підлітаючи, до потрібної адреси, дрон здійснює контрольний дзвінок, просить замовника вийти на вулицю і отримати жаданий товар. За такого варіанту доставки зникне необхідність паркуватися і відповідно затратити паливо на зупинку і рушання автомобіля.

Ця послуга може бути запущена тільки після того, як буде створена екосистема, регулююча автоматичну роботу дронів-постачальників. Розробка і реалізація подібної екосистеми стане можливою вже в найближчі 5-10 років.

На сьогодні дрони – це технологія, яка вже знайшла своє застосування. Окрім даної галузі, їх використовують для контролю переміщення людей, техніки тварин, для переміщення вантажів, постачання (у т. ч. медичне) у важкодоступні місцевості, у сільському господарстві, в дикій природі (для відстеження браконьєрів) та у розвідці (оптичній, лазерній, телевізійній, радіаційній). В сфері експрес перевезень вони використовуються для доставки замовлень в державній поштовій службі Швейцарії, Swiss Post; в США -- компанія Amazon, яка отримала офіційний дозвіл від Федеральної авіаційної адміністрації США (US Federal Aviation Administration) на використання дронів для доставки товарів; корпорація Google та пошта Сінгапуру. Саме завдяки дронам, експрес перевезення стають більш екологічними вже сьогодні.

Список літератури:

1. Теория – Доставка посылок и грузов [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://parcels.blox.ua/html/1310721,262146,21.html?29545>.
2. Обзоры на сайте РБК: Рынок транспортных перевозок и доставки грузов: Июнь 2008 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://marketing.rbc.ru/reviews//transport/chapter2-express.shtml>.
3. Кур'єрська служба / Фаворити успіху [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.favor.com.ua/vote/citylife/carrier-service>.
4. Архів новин успіху [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://novaposhta.ua/news/rubric/2/?id=1814>.
5. Дрони – справа українських ентузіастів / Новини Києва [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://kyiv1.org/news/droni-sprava-ukrajinskih-entuziastiv-042235/>.

ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ ЗБАЛАНСОВАНОЇ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*Разінькова М.Ю., викладач кафедри менеджменту,
ХНЕУ ім. С. Кузнеця, м. Харків, Україна*

Концептуальні засади формування збалансованої системи показників планування та оцінки діяльності підприємства вперше було обґрунтовано Р. Капланом та Д.Нортоном у 1992 р. Основними положеннями, з яких виходили дослідники при розробці даної концепції, стали, по-перше, необхідність забезпечення зваженості поєднання фінансових та нефінансових показників для формалізації управлінських цілей, по-друге, встановлення зв'язку між, з одного боку, фінансовими параметрами та, з іншого, суто операційними вимірниками діяльності підприємства (такими, як задоволеність клієнтів, інноваційна активність та ін.), а також, по-третє, прагнення до визначення повної вартості підприємства, адекватної ринковій цінності його активів (у тому числі – нематеріальних).

Надалі концепція побудови збалансованої системи показників отримала досить широкий розвиток при розробці цілої низки відповідних методичних підходів, найбільш відомими з яких стали наступні: збалансована система показників BSC Л. Майсела; інтегрована модель збалансованої системи показників і показника економічної доданої вартості; піраміда ефективності К. Макнейра, Р. Ланча й К. Кросу; модель EP²M К. Адамса і П. Робертса.

Вибір певного підходу до побудови збалансованої системи показників (ЗСП) планування та оцінки діяльності підприємства обов'язково має ґрунтуватися на всебічному вивченні й встановленні адекватності певного методичного підходу до конкретних вимог щодо здійснення планової діяльності. Отже, необхідною умовою (першочерговим кроком) при впровадженні ЗСП на підприємстві стає порівняльний