

Литература

1. Голубков, Е.П. Маркетинг для маркетологов / Е.П. Голубков / Маркетинг в России и за рубежом. — 2008. — № 6 (68). — С. 121—140.
2. Роль маркетингового планирования (фрагмент из книги М. Вуд «Полное и детальное руководство по планированию маркетинга») // Маркетинг в России и за рубежом. — 2009. — № 2 (70). — С. 131—140.

*А.С. Смоляга, магистр экон. наук
БГЭУ (Минск)*

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ЛОГИСТИЧЕСКОГО СЕРВИСА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНТЕГРИРОВАННОГО ПОКАЗАТЕЛЯ

Динамика внешней среды приводит к постоянной корректировке требований к логистическим системам предприятия. В настоящее время особенно важным является достижение высокого качества функционирования системы логистического сервиса на предприятии, которое может быть исследовано с помощью разработанного интегрированного показателя оценки качества логистического сервиса (ИПОКЛС) — Integrated Index of Assessing the Quality of Logistics Service (ИАQLS), объединяющего ключевые показатели качества логистического сервиса, влияющие на уровень логистического обслуживания, в единый показатель, рассчитываемый для принятия управленческих решений относительно стратегии развития логистического сервиса:

$$ИАQLS = \sqrt[3]{RNSECFL},$$

где R — бездефицитность спроса; N — норма насыщения спроса; S — полнота охвата заказами; E — оперативность выполнения заказа; C — бесперебойность выполнения логистических услуг; F — гибкость логистического обслуживания; L — уровень удовлетворенности запросов клиентов.

Бездефицитность спроса

$$R = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \frac{D_{act}}{D_{ti}},$$

где D_{act} — количество заказов i -го клиента, удовлетворенных наличными запасами за определенный период; D_{ti} — общее количество заказов i -го клиента за этот же период; n — общее число клиентов.

Норма насыщения спроса

$$N = \frac{1}{k} \sum_{i=1}^k \frac{P_{act}}{P_{total}},$$

где P_{act} — общее количество наличных запасов i -го вида продукции за определенный период; P_{total} количество запасов i -го вида продукции, необходимых для удовлетворения всех заказов потребителей за этот же период времени; k — количество наименований продукции.

Полнота охвата заказами

$$S = \sum_{i=1}^k \frac{P_{st}}{Q_{total}}$$

где P_{st} — количество случаев за определенный период, когда запасы поставщика i -го вида продукции заказаны клиентами; Q_{total} — общее количество заказов; k — количество наименований продукции.

Оперативность выполнения заказа

$$E = \frac{1}{n} \sum_{n=1}^n \frac{t_{eci}}{t_{aci}}$$

где t_{eci} — время выполнения заказа, ожидаемое i -м клиентом; t_{aci} — фактическое время выполнения заказа i -го клиента.

Бесперебойность выполнения логистических услуг

$$C = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \frac{N_t}{N_{ord}}$$

где N_t — количество заказов i -го клиента, выполненных в соответствии с требуемыми сроками; N_{ord} — общее количество выполненных заказов i -го потребителя.

Гибкость логистического обслуживания

$$F = \frac{D_{st}}{D_{tts}}$$

где D_{st} — количество удовлетворенных требований; D_{tts} — количество обращений потребителей о предоставлении им дополнительных логистических услуг.

Уровень удовлетворенности запросов клиентов

$$L = \frac{Q_{ncl}}{Q_{total}}$$

где Q_{ncl} — количество заказов, выполненных без претензии со стороны клиентов.

Согласно результатам оценки ИПОКЛС, разработан план мероприятий по совершенствованию процесса взаимодействия с потребителями с учетом постоянно изменяющихся требований рынка.

*М.П. Томкович, аспирант
БТЭУ ПК (Гомель)*

АНАЛИЗ ИНТЕРЕСОВ ГРУПП ВЛИЯНИЯ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Оптовая торговля потребительской кооперации испытывает значительные финансово-экономические трудности, связанные с невысокой