

гають у розгляді системи «споживач - підприємство – партнер» за властивостями [Текст]/ Райко Д.В.// Вісник економічної науки України. Серія: економічна. - 2007.- № 2.- С. 134-138.

УДК 658.8:65.016

ВОРОНА Ю., РАЙКО Д.В., доцент, канд. екон. наук

ЗВОРОТНІЙ ЗВ'ЯЗОК НА ПІДПРИЄМСТВІ

В умовах постійного зростання конкуренції та підвищення стандартів якості виробництва продукції та наданні послуг, компанії все більше зосереджують свою увагу на виборі правильної маркетингової стратегії.

Створення маркетингової стратегії має, передусім, бути спрямоване на встановлення ефективної взаємодії та зворотнього зв'язку підприємства зі споживачами з ціллю формування лояльності у споживачів. Саме тому, забезпечення ефективної роботи системи зворотнього зв'язку – одна з головних задач на підприємстві.

Після аналізу літературних джерел, виділено наступні визначення поняття «зворотній зв'язок».

Таблиця 1

Дослідження літературних джерел щодо визначення сутності поняття «зворотній зв'язок»

Автор	Визначення поняття «лояльність споживача»
Великий енциклопедичний словник	Це вплив результатів функціонування будь-якої системи (об'єкта) на характер цього функціонування.
Маслова Т.Д., Божук С.Г., Ковалик Л.Н. (2006)	Це зворотній вплив результатів процесу на його перебіг або керованого процесу на керуючий орган.
М. Портер (2007)	Це опорна реакція на те, що почуте, прочитане або побачене; інформація (у вербальному або невербальному оформленні) відсилається назад відправникові, свідчачи про міру розуміння, довіри до повідомлення, засвоєння й згоди з повідомленням або навпаки іміджем та ін.

Узагальнюючи дані поняття, можна сказати, що під зворотнім зв'язком мається на увазі потік інформації від споживача до підприємства, який так чи інакше впливає на подальшу діяльність компанії. Ця інформація може бути передана за допомогою: анкетування, опитування, книги відгуків, call-центрів, поштою тощо.

Автори пропонують у визначенні терміну також врахувати другий бік зворотнього зв'язку, а саме, від підприємства до споживача (відповідь на лист, телефонний дзвінок, подяка за заповнену анкету).

Так, можна сформулювати наступне поняття.

Зворотній зв'язок – це двосторонній потік інформації у взаємовідносинах між підприємством та споживачем, який впливає на подальший характер діяльності підприємства.

Основної метою налагодження системи зворотнього зв'язку та аналізу отриманої інформації є бажання компанії у майбутньому діяти так само успішно або уникати допущених раніше помилок.

УДК 658.8

ГАЙДУК О.Г.

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОПЕРАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ТОРГОВО-ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях рыночных отношений предприятие является основным звеном всей экономики, поскольку именно на этом уровне создается нужная обществу продукция, оказываются необходимые услуги.

Главной целью создания и функционирования предприятия является получение максимально возможной прибыли за счет реализации потребителям производимой продукции.

Операционная деятельность — деятельность организации, преследующая извлечение прибыли в качестве основной цели в соответствии с предметом и целями деятельности, т. е. производством и продажей промышленной продукции. Менеджеру в его работе постоянно необходимо принимать решения о цене реализации, переменных и постоянных затратах, о приобретении и использовании ресурсов, делать достоверный прогноз об уровне прибылей и затрат, рассчитывать, что будет с финансовыми результатами, если изменятся уровень производительности, стоимость ресурсов или объем производства. Эффективность принятых решений будет зависеть от точности и достоверности информационной модели предприятия, качества данных и предшествующего анализа операционной деятельности.

Одним из наиболее простых, но эффективных видов финансового анализа, является операционный анализ, получивший название CVP (cost-volume-profit, затраты - объем - прибыль).

Целью анализа операционной деятельности является отслеживание зависимости финансовых результатов бизнеса от затрат и объемов реализации продукции, взаимосвязи изменений объема производства и совокупной прибыли от продаж, затрат и чистой прибыли.

Для анализа операционной деятельности, выявления проблем и метода их решения необходимо изучить сущность функционирования самого предприятия как коммерческой организации, ресурсы предприятия (основные производственные фонды, оборотные средства, рабочая сила, инвестиции, пр.) и возможности их более эффективного использования.