ISSN 2313-8211

ОБЛІК, ЕКОНОМІКА, МЕНЕДЖМЕНТ:
наукові нотатки

ACCOUNTING, ECONOMICS, MANAGEMENT:
scientific notes

Міжнародний збірник наукових праць

International collection of scientific papers

Випуск 1 (5)

Частина 2

Issue 1 (5)

Part 2

Луцьк 2015
Lutsk 2015

УДК 657.338.658
JEL M 00
ББК 65.052
О 14

ОБЛІК, ЕКОНОМІКА, МЕНЕДЖМЕНТ: наукові нотатки / Міжнародний збірник наукових праць. Випуск 1 (5). Частина 2 / відпов. ред. І.Б. Садовська. – Луцьк : РВВ Луцького НТУ , 2015 . – С. 1-608.

ISSN 2313-8211

Збірник наукових праць містить результати наукових досліджень з питань обліку, економіки та менеджменту, що спрямовані на перспективи розвитку економічних наук в умовах глобалізації економіки.

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації Серія КВ № 20767-10567 Р від 22.05.2014 р.

Міжнародний збірник наукових праць з 2014 року зареєстровано в Міжнародному центрі періодичних видань (ISSN International Centre. Paris, France).

Міжнародний збірник наукових праць в 2014 році включено до міжнародних каталогів наукових видань і наукометричних баз: Російський індекс наукового цитування (РІНЦ), Російська наукова електронна бібліотека (eLIBRARY.RU).

Редакційна колегія: **головний редактор** – к.е.н., професор *Садовська І.Б.* (Україна); **відп. редактор** – к.е.н., доцент *Бабіч І.І.* (Україна); д.е.н., професор *Аверіна О.І.* (Росія); д.е.н., професор *Бессонова О.А.* (Росія); д.е.н., доцент *Вегера С.Г.* (Білорусь); д.е.н., професор *Голян В.А.* (Україна); к.е.н., доцент *Голячук Н.В.* (Україна); д-р, професор *Димитров С.С.* (Болгарія); к.е.н., доцент *Жураковська І.В.* (Україна); д-р *Гжегож Зайонц* (Польща)*;* к.е.н., доцент *Зеленко С.В.* (Україна); д-р *Дорота Казмерчак-Пец* (Польща)*;* д.юр.н., професор *Копабаєв О.К.* (Казахстан); *Легенчук С.Ф.,* д.е.н., професор (Україна); *Левицька С.О.*, д.е.н., професор (Україна); д.е.н., доцент *Макарова В.І.* (Росія); д.е.н., професор *Малік М.Й.* (Україна); к.е.н., доцент *Мальцевич Н.В.* (Білорусь); д.т.н., с.н.с. *Мокєєв В.В.* (Росія); д.е.н., доцент *Морозова Н.І.* (Росія); к.е.н., доцент *Московчук А.Т.* (Україна); к.е.н., доцент *Нагірська К.Є.* (Україна)*;* к.е.н., доцент *Нужна О.А.* (Україна); к.е.н., доцент *Петрова О.О.* (Росія); к.е.н., доцент *Писаренко Т.М.* (Україна); *Правдюк Н.Л.*, д.е.н., професор (Україна); к.е.н., доцент *Савош Л.В.* (Україна); к.е.н., доцент *Семенишена Н.В.* (Україна); к.е.н., доцент *Сєкачьова В.М.* (Росія); к.е.н., доцент *Сидоренко Р.В.* (Україна); к.е.н., доцент *Сушко Т.І.* (Білорусь); к.е.н., доцент *Талах Т.А.* (Україна); к.е.н., доцент *Ткачук І.М.* (Україна); к.е.н., доцент *Тлучкевич Н.В.* (Україна); д-р *Хенрік Федевіч* (Польща)*;* к.е.н., доцент *Чудовець В.В.* (Україна); к.е.н., доцент *Шаріпов Д.Г.* (Таджикістан); к.е.н., доцент *Шестакова І.М.* (Росія)**;** д.е.н., професор *Шешукова Т.Г.* (Росія).

Головний редактор:
к.е.н., професор І.Б. Садовська

Відповідальність за зміст і достовірність публікацій несуть автори наукових праць. Точки зору авторів публікацій можуть не співпадати з точкою зору редколегії збірника.

© ОБЛІК, ЕКОНОМІКА, МЕНЕДЖМЕНТ: наукові нотатки, 2015

UDC 657.338.658
JEL M 00
LBC 65.052
A 14

ACCOUNTING, ECONOMICS, MANAGEMENT: research notes / International Collection of Scientific Papers. Issue 1 (5). Part 2 / Executive Editor is I.B. Sadovska. – Lutsk : AED of Lutsk NTU, 2015 . – P. 1-608.

ISSN 2313-8211

Collection of scientific papers contains research results on accounting, economics and management, focused on the development of economic science in a globalized economy.

Series of the Print Media State Registration Certificate is KB 20767-1056 of 05.22.2014.

International collection of scientific papers was registered in ISSN International Centre. Paris, France in 2014.

In 2014 International collection of scientific papers was included in the international cataloges of scientific publications and bibliographic database: Russian Science Citation Index (PIHLI), Russian Scientific Digital Library (eLIBRARY.RU).

Editorial Board: **Editor in Chief** is PhD., Professor *I.B. Sadovska* (Ukraine); Executive Editor is Ph.D., Associate Professor *I.I. Babich* (Ukraine); Dr., Professor *O.I. Averina* (Russia); Dr., Professor *O.A. Bessonova* (Russia); PhD, Associate Professor *S.G. Vehera* (Belarus); Doctor of Economics, Professor *V.A. Holian* (Ukraine); Ph.D., Associate Professor *N.V. Holiachuk* (Ukraine); Dr., Professor *S.S. Dimitrov* (Bulgaria); Ph.D., Associate Professor *I.V. Zhurakovska* (Ukraine); Dr. *Grzegorz Zaionts* (Poland); Ph.D., Associate Professor *S.V. Zelenko* (Ukraine); Dr. *Dorota Kazmerchak-Pec* (Poland); Dr., Professor *O.K. Kopabaiev* (Kazakhstan); Dr., Professor *S.F. Lehenchuk*, (Ukraine); Dr., Professor *S.O. Levytska* (Ukraine); Dr., Associate Professor *V.I. Makarova* (Russia); Dr., Professor *M.Yi. Malik* (Ukraine); Ph.D., Associate Professor *N.V. Maltsevich* (Belarus); Dr., *V.V. Mokeyev* (Russia); Dr., Associate Professor *N.I. Morozova* (Russia); Ph.D., Associate Professor *A.T. Moskovchuk* (Ukraine); Ph.D., Associate Professor *K. Ye. Nahirska* (Ukraine); Ph.D., Associate Professor *O.A. Nuzhna* (Ukraine); Ph.D., Associate Professor *O.O. Petrova* (Russia); Ph.D., Associate Professor *T.M. Pysarenko* (Ukraine); Dr., Associate Professor *N.L. Pravdyuk* (Ukraine); Ph.D., Associate Professor L.V. Savosh (Ukraine); Ph.D., Associate Professor *N.V. Semenyshena* (Ukraine); Ph.D., Associate Professor *V.M. Sekachova* (Russia); Ph.D., Associate Professor *R.V. Sydorenko* (Ukraine); Ph.D., Associate Professor *T.I. Sushko* (Belarus); Ph.D., Associate Professor *T.A. Talah* (Ukraine); Ph.D., Associate Professor *I.M. Tkachuk* (Ukraine); Ph.D., Associate Professor *N.V. Tluchkevych* (Ukraine); Dr. *Henrik Fedevich* (Poland); Ph.D., Associate Professor *V.V. Chudovets* (Ukraine); Ph.D., Associate Professor *D.G. Sharipov* (Tajikistan); Ph.D., Associate Professor *I.M. Shestakova* (Russia); Dr., Professor *T.G. Sheshukova* (Russia).

***E*ditor in Chief**:
PhD., Professor I.B. Sadovska

The authors of scientific papers are responsible for the content and accuracy of publications. Authors' opinions may differ from the viewpoints of editorial board of the collection.

© ACCOUNTING, ECONOMICS, MANAGEMENT: research notes, 2015

ЗМІСТ

Юлія Алескерова **Створення ефективної системи агрострахування з активною участю держави – можливі варіанти для України**	**11**
Анастасия Астапчик **Стоимостной подход к анализу эффективности бизнеса**	**16**
Балынин И.В. **К вопросу о развитии здравоохранения в Российской Федерации в 2008-2012 годы**	**23**
Юлія Безверхня **Розвиток управлінського обліку під впливом глобалізації**	**31**
Махинабону Бекова **Анализ приватизации в Республике Таджикистан и Российской Федерации на постприватизационном этапе**	**36**
Марія Бляхарчук **Моделювання облікової політики**	**42**
Тетяна Бочуля, Ірина Коробкіна **Реальність розвитку бухгалтерського обліку в Україні: помилки, пошуки, рішення**	**51**
Анастасія Вітязь, Валентина Лук'янова **Сучасні концепцептуальні підходи до управління витратами**	**59**
Ольга Гайдаєнко, Наталія Григор'єва **Аналіз якості управління грошовими потоками на підприємстві ПАТ «Одеський коровай»**	**65**
Надежда Гославская, Александр Онищук **Управление областями риска при составлении годового бюджета предприятия**	**74**
Сергій Гринявський **Інформація як важливий чинник прийняття стратегічних рішень**	**78**
Світлана Дерев'янко, Ірина Приходько **Бухгалтерський баланс як основна форма фінансової звітності**	**84**
Ірина Діордіца, Світлана Клименко **Проблеми та напрями вдосконалення організації обліку оплати праці**	**91**

Елена Доренская **Значение оборотных активов в обеспечении эффективности деятельности предприятия**	**95**
Олексій Дудкевич **Господарський облік: сутність та основні складові**	**102**
Вікторія Єнгулатова **Нововведення в обліку ПДВ з 2015 року**	**110**
Наталія Жидовська, Іванна Жуковська **Взаємодія державної фінансової інспекції з правоохоронними органами**	**117**
Зоя Журавлева **Учет затрат на производство продукции мясного скотоводства в сельскохозяйственных организациях**	**124**
Надія Ізмодєнова **Використання методики розрахунку узгодженого розвитку підприємств**	**131**
Катерина Ілляшенко **Трансформація облікових процесів в умовах інформаційної глобалізації**	**138**
Наталья Кириченко **Особенности организации учета затрат на производство продукции в молочной промышленности Республики Беларусь**	**143**
Юлія Кітаєва **Аналіз рівнів виробничого, фінансового та виробничо-фінансового левериджу на ПАТ "Одеський коньячний завод"**	**150**
Лариса Клібанська, Оксана Гривківська **Особливості розподілу та обліку виробничих витрат у різних сферах сільськогосподарського виробництва**	**158**
Ірина Колос **Показники звітності підприємства в системі ощадливого управління**	**163**
Леся Корольчук **Логістика міжнародного туризму в транскордонному регіоні в контексті євроінтеграції України**	**172**
Анна Криклива **Проблеми управління виробничими запасами на сільськогосподарських підприємствах**	**180**
Оксана Крочак **Проблеми обліку земельних ресурсів**	**188**

Вікторія Кулик **Концепції бухгалтерського обліку: напрями трансформації**	**194**
Світлана Кучеркова **Управлінський облік витрат на виробництво продукціїї рослинництва**	**200**
Наталя Лобода **Економічна сутність заробітної плати та інших виплат найманим працівникам як методична детермінанта моделі їх відображення в обліковій діяльності підприємства**	**207**
Лілія Медвідь **Актуальні питання удосконалення організації обліку виробничих запасів сільськогосподарських підприємств з використанням комп'ютерної програми «1С:Підприємство 8.2 та ефективність її впровадження**	**213**
Ольга Метла **Состав минеральных ресурсов (запасов полезных ископаемых) как объектов бухгалтерского учета**	**219**
Екатерина Мискевич **Методы оценки результатов маркетинговой деятельности промышленных предприятий**	**227**
Вікторія Мисюк **Інституційна складова вдосконалення системи державного фінансового контролю**	**234**
Сергій Міщенко **Бухгалтерський облік в управлінні виробничими запасами сільськогосподарських підприємств**	**242**
Лариса Моисеева, Лариса Челмакина **Аналитические возможности бухгалтерского баланса**	**249**
Андрій Мороз, Людмила Сачинська **Аналіз фінансового стану підприємства й розробка заходів щодо його поліпшення**	**257**
Діана Мулява **Теоретико-методичні аспекти формування та обліку фінансових результатів діяльності сільськогосподарських підприємств**	**263**
Маргарита Нигачой **Разработка инновационной стратегии развития предприятия**	**271**

Анжела Ніколаєва **Роль держави у врегулюванні конфліктів інтересів при здійсненні професійної діяльності на ринку цінних паперів**	**277**
Оксана Нужна, Софія Зінчук **Удосконалення класифікації біологічних активів з метою підвищення ефективності обліково-аналітичної роботи підприємства**	**285**
Оксана Нужна, Олег Стаднік **Бухгалтерський і податковий аспекти оцінки ефективності діяльності підприємства**	**289**
Оксана Нужна, Ольга Шуляк **Огляд і оцінка наукової літератури з питань дослідження сутності виробничих запасів**	**295**
Катерина Оксенюк, Юлія Ковальчук **Синергетичний ефект в системі потенціалу підприємства**	**301**
Оксенюк Катерина, Марчук Богдана **Проблеми та перспективи розвитку паливно-енергетичного комплексу Волинської області**	**307**
Катерина Оксенюк, Марія Столярук **Агропромисловий комплекс України: проблеми та перспективи розвитку**	**314**
Олена Откаленко **Аналіз фінансових ресурсів державних вищих навчальних закладів із застосуванням інформаційних систем та технологій**	**319**
Павловець Анастасія, Олександра Кісельова **Сучасні проблеми ринку праці Донецької області**	**325**
Людмила Павлюк, Юлія Семенченко **Економічна діагностика техніко-технологічної бази підприємств**	**331**
Владимир Писаренко, Татьяна Чайка **Источники финансирования эко-социо-экономического развития универсальных агроэкологических районов в Украине**	**336**
Тетяна Погребняк **Аналітичні процедури – основа процесу проведення аудиту**	**344**
Оксана Полінкевич **Формування економічно обгрунтованих підходів до інноваційний бізнес-процес підприємств в новій економіці**	**350**

Олег Поліщук **Продовольче забезпечення, незалежність і безпека країни**	**355**
Олена Полянська, Марія Джула **Особливості обліку довгострокових біологічних активів**	**361**
Оксана Радченко **Державне регулювання фінансових послуг для суб'єктів аграрного сектору**	**366**
Олена Разборська **Особливості формування доходів сільськогосподарських підприємств та напрямки їх зростання**	**373**
Лілія Ротач **Організація обліку суб'єктів малого підприємництва**	**382**
Анна Рошак **Організаційно-технологічні особливості господарської діяльності сільськогосподарських підприємств та їх вплив на побудову обліку поточних біологічних активів рослинництва**	**389**
Александр Рюмкин **Земля как важный объект бухгалтерского учета сельскохозяйственных организаций**	**394**
Олена Савенко **Актуальні питання комплексного розвитку сільських територій**	**401**
Лариса Савош, Володимир Василюк **Сутність, проблеми та перспективи впровадження екологічного обліку**	**409**
Дилафрузхон Саидходжаева **Эффективный механизм управления - основа устойчивого развития региона**	**414**
Наталья Сергиенко, Оксана Суслякова **Институциональная поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства в калужском регионе**	**421**
Наталья Сергиенко **Управление единым счетом бюджета**	**430**
Світлана Сирцева **Облік фінансових інструментів за міжнародними та національними стандартами бухгалтерського обліку і фінансові звітності: порівняльний аспект**	**440**
Олена Скоробогата, Юлія Сташенко **Комплексна оцінка фінансового стану підприємства**	**445**

Наталія Сологуб, Ольга Материнська **Організація та методичні підходи аналізу фінансового стану підприємства**	**454**
Карина Султанова **Совершенствование системы бюджетирования в целях формирования единого информационного базиса управления денежными потоками**	**460**
Алла Тендюк, Надія Мних **Оцінка товарної політики страхової компанії**	**469**
Максим Терещенко **Забезпечення аналізу фінансової діяльності підприємств**	**477**
Надія Ткаченко **Відображення обліку виплат працівникам відповідно до норм П(С)БО 26**	**484**
Вікторія Томишинець, Світлана Олійник **Дебіторська заборгованість, сутність та причини виникнення**	**492**
Олеся Тоцька **Новозавітні грошові одиниці у фокусі української гривні**	**497**
Марина Третьякова **Влияние информационных технологий на управление экономическими системами**	**504**
Євгенія Фастовець **Організація відділу кадрів як структурного підрозділу підприємства**	**512**
Роман Фик **Міжнародний досвід ведення обліку у бюджетних установах**	**519**
Андрій Харенко, Валентин Бобко **Особливості виробництва та агромаркетингу зернових культур в аграрних підприємствах Уманського району**	**526**
Ирина Хомин **Проблема ценового регулирования на аграрном рынке Украины**	**534**
Ирина Хуторненко **Учет и распределение косвенных расходов в сельскохозяйственных оргнаизациях**	**543**
Одарка Чабанюк, Наталія Чиковська **Основні засоби в бюджетній установі: визначення сутності відповідно до національних та міжнародних стандартів**	**552**

Тетяна Чеховська **Вдосконалення організації обліку розрахунків з постачальниками та підрядниками**	**556**
Екатерина Чиж, Татьяна Манцерова **Инновационные решения в энергетике Республики Беларусь**	**562**
Александр Шкляров, Александр Бевзелюк **Соблюдение технологий в растениеводстве – основной резерв повышения эффективности АПК**	**569**
Iryna Szczyrba **Procedury analityczne jako instrument generowania dowodów audytorskich o wysokim poziomie wiarygodności**	**576**
Андрій Янчев **Оцінка ділової активності підприємства на прикладі ПАТ «Запоріжсталь»**	**581**
Олег Яцюк **Напрями вдосконалення організаційної структури акціонерних товариств, що перебувають в кризовому стані**	**588**

УДК 339.138
JEL M 31

Екатерина Мискевич
УО «Полесский государственный университет»

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье рассмотрены подходы к оценке эффективности маркетинговой деятельности промышленного предприятия, указаны их преимущества и недостатки. Полученные результаты имеют практическую значимость и могут быть использованы представителями бизнеса для определения эффективности маркетинговой деятельности промышленных предприятий.

Ключевые слова: *экономическая эффективность; маркетинговая деятельность; маркетинговые метрики; алгоритм; модель; промышленное предприятие; качественная и количественная характеристика.*

The article discusses approaches to assessing the effectiveness of marketing activities of industrial enterprises, given their advantages and disadvantages. The results are of practical importance and can be used by business representatives to determine the effectiveness of marketing activities of industrial enterprises.

Keywords: *economic efficiency; marketing activity; marketing metrics; algorithm; model; industrial enterprise; qualitative and quantitative characteristic*

У статті розглянуті підходи до оцінки ефективності маркетингової діяльності промислового підприємства, вказані їх переваги та недоліки. Отримані результати мають практичну значимість і можуть бути використані представники бізнесу для визначення ефективності маркетингової діяльності промислових підприємств.

Ключові слова: *економічна ефективність; маркетингова діяльність; маркетингові метрики; алгоритм; модель; промислове підприємство; якісна і кількісна характеристика.*

Эффективность деятельности предприятия состоит из следующих компонентов: финансовой, производственной, маркетинговой, инновационной и кадровой эффективности деятельности предприятия. В рыночных условиях основополагающей составляющей для всех подразделений промышленного предприятия является маркетинговая деятельность. Для ее организации и осуществления необходимо немало усилий и материальных затрат. Поэтому оценка эффективности маркетинговой деятельности является актуальным вопросом.

В научной литературе выделяют несколько подходов к оценке результативности маркетинга. Выбор модели оценки результативности маркетинговой деятельности предприятия делается в зависимости от специфических характеристик предприятия, его стратегических целей и других факторов.

Щинова Р.А. предлагает модель процесса оценивания экономической эффективности маркетинговой деятельности промышленного предприятия, в которой учитываются как монетарные, так и немонетарные маркетинговые показатели [1].

Модель состоит из восьми этапов, учитывая факторы внутренний и внешний среды промышленного предприятия. Автор модели отмечает, что данные факторы проявляются через передачу участникам рыночных отношений определенной информации. Поэтому информационной системе предприятия следует тщательно отбирать именно ту информацию, которая важна для осуществления бизнес-процессов, управления и контроля. А в результате оценивания должны быть учтены и однозначно установлены характеристики, необходимые для надлежащего функционирования бизнес-процессов,

мониторинга и оценивания маркетинга.

На наш взгляд, для оценки результативности маркетинговой деятельности промышленного предприятия необходимо использовать подход, позволяющий получить более развернутую количественную и качественную характеристику данного процесса. Берестов В. Л. предлагает алгоритм анализа и оценки маркетинговой деятельности промышленного предприятия.

Данная модель позволяет оценить результативность маркетинговой деятельности промышленного предприятия, как с позиции ее активности, так и с позиции эффективности. Важным является и то, что алгоритм учитывает все основные направления маркетинговой деятельности: товарная, ценовая, сбытовая и коммуникационная политики [2].

Несмотря на наличие различных показателей, позволяющих оценить состояние и тенденции развития маркетинга на промышленном предприятии, достаточно часто получить количественную оценку эффективности маркетинговой деятельности в общем случае сложно, а иногда и невозможно. Основная причина заключается в трудности отделения влияния факторов маркетинговой деятельности от действия других факторов результатов работы предприятия. Поэтому авторы многих научных и практических работ по оценке эффективности маркетинговой деятельности ориентируются в основном на прогнозные результаты маркетинговой деятельности.

Кроме того в настоящее время не существует стандартного набора показателей или стандартной схемы, поскольку показатели должны отражать маркетинговую стратегию. А так как эти стратегии у предприятий различных отраслей и сфер деятельности отличается, то и набор маркетинговых метрик будет разным. Однако некоторые показатели являются универсальными, следовательно, они могут применяться для оценки маркетинговой деятельности любого предприятия.

В результате проведенного исследования, в котором приняли участие от 200 маркетологов и финансовых руководителей высшего звена Великобритании, были выявлены наиболее часто используемые в годовых отчетах компаний маркетинговые метрики (таблица 1) [3].

В двух последних колонках таблицы показана доля фирм, в которых результаты измерений доводятся до совета директоров, и их

важность для оценки эффективности маркетинга. Цифровые значения в обеих колонках изменяются равномерно, но следует отметить, что самый низкий рейтинг наблюдается по использованию таких метрик как осведомленность (28 %) и распределение (18 %).

Таблица 1

Наиболее часто используемые маркетинговые метрики, %

Метрика	Доля фирм, использующих измерения	Доля фирм, в которых результаты измерений доводятся до совета директоров	Доля фирм, дающих высший рейтинг метрикам при оценке эффективности маркетинга
Осведомленность	78,0	28,0	28,0
Доля рынка (объем или стоимость)	78,0	33,5	36,5
Относительная цена (стоимость / объем доли рынка)	70,0	34,5	37,5
Количество жалоб (уровень неудовлетворенности)	69,0	30,0	45,0
Удовлетворенность потребителя	68,0	36,0	46,5
Распределение / доступность	66,0	11,5	18,0
Общее число покупателей	65,5	37,4	40,0
Воспринимаемое качество / репутация	64,0	32,0	35,5
Лояльность / удержание	64,0	50,7	67,0
Относительное воспринимаемое качество	62,5	52,8	61,6

В последнее время наибольшей популярностью для оценки эффективности маркетинговой деятельности пользуется многоуровневый подход. Так профессор из школы бизнеса Келлога М.

Джеффери предлагает использовать 15 показателей, позволяющих всесторонне оценить результативность маркетинга. К этим показателям относятся [4]:

1) осведомленность о бренде (brand awareness);
2) потребители, которые попробовали продукт до покупки (test-drive);
3) уровень оттока клиентов (churn);
4) уровень удовлетворенности (CSAT, customer satisfaction);
5) темпы привлечения (take rate);
6) прибыль (profit);
7) чистая дисконтированная стоимость (NPV);
8) внутренняя норма доходности (IRR);
9) срок окупаемости инвестиций (payback);
10) пожизненная ценность клиента (CLTV);
11) стоимость одного клиента (Cost per click);
12) коэффициент конверсии (TCR, transaction conversion ratio);
13) возврат инвестиций в рекламу (ROA, return on ad dollars spend);
14) количество отказов (bounce rate);
15) маркетинг «из уст в уста» (WOM, Word of Mouth).

Можно заметить, что первые десять метрик являются классическими маркетинговыми показателям: пять из них относятся к важным немонетарным показателям, а пять последующих – к финансовым показателям. Последние в данном списке показатели – это так называемые метрики «новой эры маркетинга», преимущественно Web-аналитики. С их помощью можно оценивать поисковую эффективность, эффективность сайта и давать характеристику эффективности маркетинга в социальных сетях.

Ученые из Уортоновской школы бизнеса разработали систему показателей и сгруппировали их в замкнутую полицентрическую структуру, в центре которой находится потребитель [5, с. 5].

Как видно из рис. 1 ядром данной системы является доля в умах, эмоциях и рынках, тое есть положение предприятия на рынке восприятие его потребителями, а также уровень конкуренции на рынке.

К показателям эффективности операционной деятельности относятся маржа и прибыль, а к показателям товарной стратегии –

управление товаром и товарным ассортиментом.

Для определения ценности отдельного клиента и взаимоотношений с ним ученые выделяют такой показатель как прибыльность клиента.

Показатели, относящиеся в группу «Управления персоналом и каналами сбыта» позволяют определить результативность сбыта, системы оплаты и уровень покрытия каналами сбыта.

Рис. 1. Комплекс маркетинговых показателей

Для оптимизации цены с целью максимизации прибыли используется ценовая стратегия, а для определения эффективности ценового стимулирования, скидок и так далее применяются показатели продвижения.

К Медиа и Web относятся показатели эффективности рекламы и специальные показатели оценки эффективности Web-компаний, а для финансовой оценки маркетинговых программ используются показатели группы «Маркетинг и финансы».

Следует отметить, что системы показателей, рассмотренные выше, позволяют проводить комплексную оценку экономической эффективности маркетинговой деятельности промышленного предприятия, поскольку базируются на использовании количественно-качественного подхода, который учитывает совокупность

маркетинговых метрик.

Однако, несмотря на многообразие подходов для оценки результативности маркетинговой деятельности предприятия сталкиваются с рядом ограничений при применении маркетинговых метрик. Наиболее распространенным является ограничение, связанное со сложностью измерения многих явлений. Также показатели могут противоречить друг другу и не всегда можно установить четкую связь между ними. А некоторые маркетинговые метрики обладают низкой информативностью.

Подводя итоги можно отметить, что основная проблема заключается в том, что универсальной системы оценки результативности маркетинговой деятельности промышленного предприятия не существует, а это приводит к проблеме измеримости результатов по достижению стратегических целей предприятия.

Литература:

1.Щинова, Р.А. Методология оценивания экономической эффективности маркетинговой деятельности промышленного предприятия: автореф. дисс. канд. экон. наук: 08.00.05 / Р.А. Шинова. – СПб:, 2011. – 20 с.

2.Берестов, В. Л. Анализ и оценка маркетинговой деятельности промышленного предприятия / В.Л. Берестов, С.А. Афонина // Проблемы современной экономики. – 2008. – № 1 (25).

3.Амблер, Т. Маркетинг и финансовый результат: Новые показатели и богатство корпорации / Т. Амблер. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 246 с.

4.Jeffery, M. Data-Driven Marketing: The 15 Metrics Everyone in Marketing Should Know. – Wiley, 2010.

5.Феррис, Поль У. Маркетинговые показатели. Более 50 показателей, которые важно знать каждому руководителю / Поль У. Фэррис, Нейл Т. Бендл, Филипп И. Пфайфер, Дэвид Дж. Рейбштейн. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Бук, 2009. – 441 с.

Автор: Мискевич Екатерина Васильевна, ассистент кафедры менеджмента и маркетинга Полесского государственного университета, г. Пинск, Республика Беларусь

Сфера научных интересов: маркетинговая деятельность; результативность маркетинговой деятельности; особенности функционирования рынка B2B.

Связь с автором: miskevich.ekaterina@rambler.ru