

Цінністю найвищого порядку є *спільна* цінність продукції, оскільки саме вона враховує формування та примноження цінності для усіх учасників ланцюга створення продукту. Як впливає із самої назви, величина спільної цінності упаковки для молочної продукції має результируючий характер, тобто є сумою усіх складових цінності, отриманих від участі усіх підприємств-виробників. Однак, імпульс до створення спільної цінності має вигляд зворотної ланцюгової реакції: кінцевий споживач має свої вимоги до упаковки за певними показниками, які враховує підприємство-виробник молочної продукції під час формування своїх вимог та завдань для флексографічного підприємства, яке в свою чергу висуває вимоги до виробника матеріалів і комплектуючих.

На основі виділених показників споживчої цінності упаковки подальші дослідження доцільно спрямувати на їх систематизацію, знаходження спільної одиниці вимірювання, розрахунок вагового коефіцієнта кожного показника, а також попереднє визначення етапу в ланцюгу створення вартості (цінності?), завдяки якому сформований кожний показник.

1. *Упаковка на продовольственном рынке: исследования Nielsen [Електронний ресурс] / сайт компании “Nielsen” – Електрон. дан. (1 файл). Режим доступа : http://www.acnielsen.ru/news.php?news_id=37 – Назва з екрану.* 2. Біловодська О. А., Гримайло О.В. *Розроблення теоретико-методичного підходу щодо комплексної оцінки упаковки продукції в умовах інноваційного розвитку харчової промисловості / Маркетинг і менеджмент інновацій, 2010, № 1 149, с. 149-160.* 3. Липиц І.В. *Ценность товара: от чего она зависит и как ее определить [Електронний ресурс] / Центр дистанционного образования, 29 июня 2011 г. – Електрон. дан. (1 файл). Режим доступа: http://www.elitarium.ru/2011/06/29/cennost_tovara.html – Назва з екрану.* 4. Колісник М. *Генетика додаткової цінності [Електронний ресурс] / Интернет портал “innovations.com.ua”, проект kmbs – Електрон. дан. (1 файл). Режим доступа <http://www.innovations.com.ua/ua/articles/13490/temp> Назва з екрану.* 5. Бачурин М. *Сгущенка в банке № 7 [Електронний ресурс] / Інформаційний портал про упаковку [Upakovano.ru](http://www.upakovano.ru), стаття від 31 березня 2010 р. – Електрон. дан. (1 файл). Режим доступа : <http://www.upakovano.ru/articles/1698> – Назва з екрану.*

ЯКИМИШИН Л.Я.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ОСОБЛИВОСТІ РИНКОВОЇ КООРДИНАЦІЇ В ЛАНЦЮГАХ ПОСТАВОК

© Л.Я. Якимішин, 2012

Процеси перетворень української економіки, які тривають протягом останніх років, спричинили суттєві зміни в усіх її галузях. Слід підкреслити, що сьогодні процеси, котрі відбуваються в галузях не лише в Україні, але також і за кордоном свідчать про необхідність здійснення досліджень у сфері ринкової координації в ланцюгах поставок. Тут можна виділити такі чинники як: перетворення власності, правові передумови і регулювання, демонополізація і лібералізація торгівлі, дерегуляція і регіоналізація, котра веде до виникнення локальних ринків, злиття і альянси українських фірм із закордонними інвесторами, а також потреба тісної співпраці в умовах зростаючої конкуренції.

Перетворення в національній економіці вимагають виникнення нових форм зв'язків між підприємствами. На сьогодні вже недостатньо лише ринкових трансакції купівлі – продажу, а для створення та можливості виживання на ринку необхідними стають більш розвинуті форми ринкової координації. В часи, коли не існували інтегровані ланцюги поставок, зв'язки між фірмами були залежними від попиту і пропозиції, координація поведінки виробників і споживачів відбувалась за допомогою механізму цін. Сьогодні механізм цін не є єдиною і достатньою умовою існування фірми на ринку. Більше уваги почало приділятися зв'язкам, що відбуваються між фірмами, ступенем заангажування і залежності, рівню конфліктів і можливостей їх вирішення.

Успіх ефективного та економічно обґрунтованого функціонування інтегрованого ланцюга поставок є, без сумніву, детермінований відповідною орієнтацією на клієнта. Пріоритети у логістичному сервісі залежать від особливостей управління, логістичного потенціалу, а передусім від умов середовища. Тому, ключового значення набуває як внутрішня інтеграція, так і зовнішня інтеграція, яка дає підстави стабільності логістичного управління ланцюгом поставок. Зростаючі вимоги і потреби клієнтів впливають на напрямок змін у сфері логістики і ланцюгів поставок.

Сьогодні зміни у ланцюгу поставок, пов'язані з обслуговуванням клієнта, вказують на такі аспекти як:

- процес обслуговування замовлень у все більшій мірі стає орієнтований на клієнта;
- зростає здатність партнерів у ланцюгу (та усього ланцюга) до реагування на неочікувані замовлення і до еластичного, швидкого пристосування до вимог, що стають на ринку стандартними вимогами, настає подальша інтеграція і координація фізичного переміщення благ, інформації і засобів;
- виникають суб'єкти, які спеціалізуються на наданні послуг у сфері переміщення інформації.

Співпраця в інтегрованому ланцюгу поставок в економічній літературі визначається як довгостроковий зв'язок між щонайменше двома ланками ланцюга поставок, який спирається на взаємній довірі і відкритому обміні інформацією, та тягне за собою розподіл як отримуваних вигод, так і понесених витрат.

Тому продуктивного вирішення також потребує проблема уникнення конфліктів у ланцюгах поставок. Це стає можливим для вирішення завдяки тісній співпраці виробників із роздрібною мережею, та бажанні утримувати ці зв'язки протягом тривалого періоду, що пов'язано як з взаємними вигодами, так і понесеними витратами (наприклад, дострокове розривання угоди загрожує фінансовими санкціями).

Завдяки такому якісно новому поєднанню засобів, вмінь та зусиль підприємств-учасників, ланцюг поставок швидше реагує на змінні потреби ринку, уможливує індивідуальне обслуговування клієнтів, чим додає цінності для клієнта та отримує додаткові конкурентні переваги.

JANOWSKI A.M.

Wyższa szkoła kadr menedżerskich w koninie

THE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY – POLISH MARIGTING

© A.M. Janowski, 2012

The beginningso f effectivenessm easurementshould b e inquired, when F.W. Taylor constructedh is four step program. Although, some of his theses are as actual as two hundred years ago, today, the human being is no longer a machinea ppendix. The family business, characteristicsfo r that period of time is left behind too. The organizations of XXI Century are the part of one big global system, and, accordE to K.

Rogoziński's opinion a future seems to be the service related network * production is no longer direct human activity factor – there is no problem to produce anything – it is much more difficult to sell goods and services,a nd also to differ tthese productsf rom otherc ompetitors, According to circumstances mentioned above, it was decided to anaEe and identif u the origins of term of effectiveness and its approaches to implement then to the organizational practice, through one precise effectiveness definition that will enable further investigations and research and allow to avoid mistakes, which occur when the semantica rea of effectivenes is too wide and unambiguous(It is sometimeseen that for few researchers efficiency equals effectiveness. In that manner it is very difEcult to distinguish effectiva nd non effectivea ctivities). This paperi ncludesb oth polish and internationaal pproachesto ef. fectivenessa nd also precised escriptionso f effectivenes a nd efficiency differences. I. t seemsa uthorizedt oclaim, accordingt o authors'e xperiencet,h is kind of meta-analysisit is the noveE in the polish human resource management literature – during studying of polish human resource management papers it was identifiedt he lack of human performanceo rientede ffectivenessm easurementM. oreover, almost all the effectiveness indicators are related to strictly mathematical approach – that is not always