

ОЦІНКА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПОШТОВИХ ПОСЛУГ THE EVALUATION OF SOCIO-ECONOMIC EFFICIENCY OF POSTAL SERVICES

У статті проведено теоретичний аналіз змісту понять «ефект» та «ефективність». Визначено, що соціально-економічну ефективність можна розглядати з двох позицій, а саме персоналу підприємства та кінцевих споживачів. Наведено характеристику послуг поштового зв'язку, встановлено, що вони приводять до отримання соціального ефекту більшою мірою, ніж економічного. Визначення соціально-економічної ефективності послуг поштового зв'язку запропоновано здійснювати шляхом оцінювання складових соціального ефекту, а саме комунікативної, підвищення рівня та якості життя, розвитку особистості, за такими критеріями, як якість, доступність, надійність. Врахування наведеного матеріалу в практичній роботі сприятиме ухваленню управлінських рішень, які найбільш оптимальним чином задовольнятимуть потреби споживачів та забезпечуватимуть підвищення ефективності діяльності підприємства.

Ключові слова: ефект, ефективність, соціально-економічна ефективність, соціальний ефект, економічний ефект, послуги поштового зв'язку.

В статті проведено теоретичний аналіз содержания понятий «эффект» и «эффективность». Определено, что социально-экономическую эффективность можно рассматривать с двух позиций, а именно персонала предприятия и конечных потребителей. Приведена характеристика услуг почтовой связи, установлено, что они приводят к получению социального эффекта в большей степени, чем экономического. Определение социально-экономической эффективности услуг почтовой связи

предложено осуществлять путем оценивания составляющих социального эффекта, а именно коммуникативной, повышения уровня и качества жизни, развития личности, по таким критериям, как качество, доступность, надежность. Учет приведенного материала в практической работе будет способствовать принятию управленческих решений, которые наиболее оптимальным образом будут удовлетворять потребности потребителей и обеспечивать повышение эффективности деятельности предприятия.

Ключевые слова: эффект, эффективность, социально-экономическая эффективность, социальный эффект, экономический эффект, услуги почтовой связи.

The article contains a theoretical analysis of the meaning of the concepts of effect and effectiveness. It is determined that socio-economic efficiency can be considered from two positions – the personnel of the enterprise and end users. The characteristics of postal services are described and it is founded that they lead to earn a social effect to a greater extent than to an economic one. The determination of the social and economic efficiency of postal services is proposed by means of evaluating the components of the social effect – communication, raising the level and quality of life, personal development, according to the following criteria – quality, accessibility, reliability. Taking into account the given material in practical work will facilitate the adoption of managerial decisions that will best meet the needs of consumers and will increase the efficiency of the enterprise.

Key words: effect, efficiency, socio-economic efficiency, social effect, economic effect, postal services.

УДК 338.47:330.1

Орлов В.М.

д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки підприємства та корпоративного управління Одеська національна академія зв'язку імені О.С. Попова

Ободовський Ю.В.

аспірант Одеська національна академія зв'язку імені О.С. Попова

Копусь М.М.

студентка Одеська національна академія зв'язку імені О.С. Попова

Постановка проблеми. В сучасних умовах все гостріше постає питання забезпечення сталого розвитку підприємства, його ефективної роботи. Водночас для досягнення цього діяльність підприємства має бути орієнтованою на споживача, зокрема передбачати надання затребуваних ним послуг належної якості за прийнятну ціну, бути доступною територіально. Задоволення потреб підприємства та споживачів відбуватиметься, якщо встановлюватиметься та зберігатиметься баланс їх інтересів. Визначення соціально-економічного ефекту та ефективності у загальному вигляді покликане встановити прийнятність отриманого результату (задоволення потреб) та понесених при цьому витрат.

Однак у роботах багатьох вчених соціально-економічна ефективність розглядається з позиції підприємства та його працівників, залишаючи поза увагою зовнішнє оточення, а саме споживачів послуг. У зв'язку з цим нерозробленим залишається питання визначення складових соціального ефекту послуг поштового зв'язку, незважаючи на їх соціальну спрямованість та важливість для економіки країни загалом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблемам оцінювання соціально-економічної ефективності присвячені роботи багатьох вітчизняних та закордонних вчених, зокрема В.С. Альошкіна, О.О. Гречишкіної, Н.О. Князєвої, О.А. Князєвої, О.В. Кузнецової, О.А. Лановенко.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження наявних підходів до оцінювання соціально-економічної ефективності послуг, розкриття та обґрунтування складових соціального ефекту послуг поштового зв'язку та критеріїв їх значимості для споживачів.

Вклад основного матеріалу дослідження. В науковій літературі під час проведення аналізу результатів роботи підприємства застосовують різні поняття, такі як «ефект», «ефективність», «результативність». Однак між зазначеними термінами існує принципова відмінність, яка виявляється в характеристиці результатів діяльності з різних боків. Так, загальновідомо, що ефект розуміється і як результат загалом, і як економічний результат виробництва [1, с. 344; 2, с. 90]. Хоча акцент на економічному результаті є не зовсім пра-

вильним, оскільки, як і будь-який результат, ефект виявляється не лише в економічній, але й у соціальній, виробничій та інших сферах. Проте, зрештою, для підприємства важливим виявляється не просто отримання самого ефекту (результату) в абсолютному вираженні, але й його відносне значення, що знаходить відображення в поняттях результативності та ефективності: «ефект – це абсолютний результат виробництва. Ефективність – це відносна величина» [2, с. 91].

Традиційно вченими ефективність розглядається як «співвідношення між одержаними результатами виробництва, розподілу, обміну і використання <...>, з одного боку, і витратами праці і засобів виробництва – з іншого» [1, с. 344], тобто співвідношення «корисного результату (ефекту) і обсягу використаних або витрачених для цього ресурсів» [3, с. 297]. Вказуючи на синонімічність понять «ефективність» та «результативність», О.А. Князева відзначає: «У самому загальному виді ефективність відображає результативність виробничих процесів, співвідношення між результатами, які досягнені у процесі виробництва (ефектом), та витратами живої й упредметненої праці чи ресурсами» (курсив наш – В.О., Ю.О., М.К.) [2, с. 90].

Як і ефект, що стосується як економічної, так і соціальної сфер, ефективність також розглядається вченими стосовно різних аспектів діяльності підприємства, зокрема соціального та економічного. Економічна ефективність – «економія суспільно необхідного часу на виробництво і споживання товарів і послуг» [1, с. 344], а соціальна ефективність – це «збільшення кількості нових робочих місць, рівня зайнятості людей, поліпшення умов праці, підвищення рівня і комфортності життя» [1, с. 344]. Загалом соціально-економічна ефективність визначається як «співвідношення одержаних соціально-економічних результатів діяльності підприємства (досягнення запланованих цілей підприємства, підвищення економічності та продуктивності діяльності, високі фінансові результати, соціальний розвиток колективу) і використання ресурсів (матеріальних, трудових, фінансових), необхідних для їх досягнення» [1, с. 345].

Варто підкреслити, що ефективність як економічну категорію можна застосовувати як до підприємства, тобто оцінювання власне з позиції персоналу підприємства, так і щодо послуг, що надаються, тобто оцінювання з позиції кінцевих споживачів. В.С. Альошкін та О.О. Гречишкіна також вказували на подвійність категорії ефективність, зазначаючи, що «оцінювання ефективності соціально-економічних результатів діяльності підприємства є досить складним процесом, оскільки відображає, з одного боку, рівень досягнення цілей і інтересів господарюючого суб'єкта, а з іншого – його внесок у досягнення цілей соціальної системи більш високого рівня» [1, с. 345].

Хоча економічна ефективність зосереджується на фінансовому аспекті, а соціальна – на якісній характеристиці послуг, що надаються, вони (зазначені види ефективності) тісно пов'язані, оскільки неможливо говорити про соціальний аспект без економічного і навпаки. Більше того, аналізуючи ефективність послуг зв'язку загалом, відзначаємо, що головним завданням будь-якого підприємства, що належить до сфери зв'язку та інформатизації, є встановлення та розвиток комунікацій між різними категоріями споживачів, а саме фізичними та юридичними особами. Хоча останнім часом перше місце за обсягом реалізованих послуг посідає сфера телекомунікацій, на поштову галузь покладається соціально важлива функція, а саме забезпечення конституційних прав громадян на одержання, поширення та передачу інформації [4, с. 40], шляхом доставки поштових відправлень, здійснення поштових переказів, банківських операцій тощо [5]. До найбільш значимих за обсягом доходу послуг ПАТ «Укрпошта» належать виплата пенсії (31,7%), при цьому, наприклад, 45% пенсіонерів отримують пенсії саме через мережу «Укрпошти» [6], письмова кореспонденція (19,7%), поштові відправлення (15,8%), періодичні друковані видання (6,8%). Соціальна складова поштових послуг характерна також для підприємств сфери поштового зв'язку інших країн, зокрема у Сполученому Королівстві та Фінляндії листоноші виконують окрему роль, що полягає в допомозі літнім людям у боротьбі з самотністю [7].

Отже, вищенаведені обставини дають змогу сказати, що на перше місце для споживачів виходить соціальна складова поштових послуг, тому, здійснюючи оцінювання ефективності послуг поштового зв'язку, робимо акцент саме на їх соціальному результаті.

В такому разі соціально-економічна ефективність послуг поштового зв'язку має визначатись як співвідношення корисного результату, тобто соціального ефекту від послуг поштового зв'язку для споживачів, та понесених для його отримання витрат.

Щодо оцінювання соціально-економічної ефективності послуг, то найбільший інтерес викликають позиції, викладені в роботах О.А. Князевої [2], О.В. Кузнєцової [8], О.А. Лановенко [9].

О.А. Князева зазначає, що «до категорії соціального ефекту від діяльності підприємства поштового зв'язку можна віднести найбільш повне задоволення потреб у послугах; всебічний та повний розвиток особистості; зростання освітнього та культурного рівнів; поліпшення якості життя населення; зміну характеру праці, насиченість її творчістю; поліпшення та полегшення умов праці та побуту населення; збільшення вільного часу тощо» [2, с. 91].

О.В. Кузнєцова застосовує підхід до оцінювання соціально-економічної ефективності інтер-

нет-послуг, який базується на п'яти ключових індексах людського розвитку, таких як здоров'я, добробут, знання, екологія та культура, а також дає змогу сформувати «матрицю впливу» інтернет-послуг на соціально-економічне життя мешканця сільської місцевості [8, с. 180].

Всесвітнім поштовим союзом оцінювання ефективності пропонується здійснювати «за 4 аспектами поштового розвитку – надійність доставки, доступність доставки (розміри мережі та обсяги поштового обміну), портфель продуктів та послуг, інноваційність» [10].

Л.А. Лановенко пропонує до соціального ефекту від надання соціальних послуг відносити «підвищення рівня життя, ступінь життєзабезпечення людини, задоволення його соціальних потреб, реалізацію інтересів, життєвих планів і ціннісних орієнтацій» [9, с. 144].

Наведені підходи мають спільним те, що в них оцінювання соціально-економічної ефективності визначається через вплив послуг на рівень життя, добробут, культурний та освітній рівні. Проте говорити про прояви соціального ефекту можна лише після аналізу самих послуг, тобто їх характеристики з точки зору споживача, оскільки кількісні показники не відображатимуть важливість та особливості тієї чи іншої послуги. Неможливість визначення ефективності за допомогою кількісних показників привела до еволюції самого розуміння категорії «ефективність», зокрема І.В. Сіменко зазначала, що «ефективність у більшості економічних теорій розглядається спочатку в значенні результативності, потім як відношення результату до певного виду витрат. На сьогоднішній час поняття ефективності значно розширилося – воно торкається не лише результатів діяльності, але й цілей функціонування підприємства або його потреб, із задоволенням яких пов'язана ця діяльність» (курсив наш – В.О., Ю.О., М.К.) [11, с. 47].

Так, перевага в отриманні пенсійних виплат поштою полягає в незалежності від банківських установ, що особливо актуально в сільській місцевості, за рахунок використання розгалуженої мережі відділень ПАТ «Укрпошта», отриманні послуги з доставкою додому, відсутності черг тощо. Оскільки економічний ефект цього виду послуг для споживача (пенсіонера) відсутній (або мінімальний), то використання або відмова від доставки пенсії поштою залежить саме від отриманого соціального ефекту, а саме спілкування з листоношою, надання супутніх послуг, зокрема оформлення передплати, прийманні комунальних платежів.

Відправлення та доставка письмової кореспонденції передбачає пересилання простих та рекомендованих листів, поштових карток, бандеролей тощо [5], а також належить до універсальних послуг поштового зв'язку. Для цього виду послуг

характерна наявність як соціального, так і економічного ефекту. Наприклад, вибір на користь ПАТ «Укрпошта» в разі пересилання листів або ділової кореспонденції обумовлюється не лише наявністю розгалуженої мережі відділень та можливості адресної доставки у віддалених населених пунктах, але меншою вартістю послуг для споживача, коротшим терміном доставки відправлень, що характерний для компаній-конкурентів та не завжди відіграє вирішальну роль.

Подібна аргументація справедлива й щодо доставки поштових відправлень (посилки, Smartbox тощо), адже за інших однакових умов різниця в строках доставки компенсується нижчою вартістю послуг. Особливо актуальним цей вид поштових відправлень стає з розширенням співпраці ПАТ «Укрпошта» із сегментом електронної комерції, інтернет-магазинами. Так, «в селах, звідки за статистикою надходить до 70% замовлень, <...> крім національного поштового оператора, немає інших сервісів доставки чи вони пропонують дорожчу вартість послуги» [12]. Значимість цієї послуги для споживача виявляється у задоволенні широкого спектру потреб, що стосуються здоров'я, добробуту, знань, культури тощо, за рахунок отримання бажаних товарів.

Доставка періодичних друкованих видань була та залишається однією з традиційних послуг Укрпошти та її соціальною функцією [13]. Для певних категорій осіб саме друковані періодичні видання виступають єдиним доступним засобом інформації про ситуацію в країні та світі. Водночас останнім часом спостерігається зниження попиту на цей вид послуг у зв'язку з наявною тенденцією до заміщення друкованих періодичних видань електронними. Окрім того, час від часу виникають проблемні ситуації з доставкою передплатних видань, що змушує споживачів користуватись альтернативами, а саме не лише електронними виданнями, але й придбанням періодичних видань у роздріб.

Отже, характеристика ключових за обсягом доходу послуг, що надаються ПАТ «Укрпошта», дає змогу виділити такі складові соціального ефекту, отриманого споживачем, як встановлення та розвиток комунікацій (письмова кореспонденція), поліпшення рівня та якості життя (письмова кореспонденція, поштові відправлення, періодичні друковані видання), розвиток особистості (періодичні друковані видання). Зазначені складові корелюються з потребами споживачів (наприклад, у спілкуванні, комунікаціях, гідному рівні життя, розвитку особистості), які, однак, можуть задовольнятися не лише підприємствами поштового зв'язку, але й телекомунікаційними компаніями, науковими установами, бібліотеками тощо. Отже, соціальний ефект послуг поштового зв'язку для споживача має відповідати певним критеріям для

того, щоб він (споживач) віддав перевагу саме їх використанню. До таких критеріїв належать якість, доступність та надійність.

Поняття якості тлумачиться як «наявність суттєвих ознак, властивостей, особливостей, які відрізняють один предмет або явище від іншого» [14, с. 249]. Стосовно послуг поштового зв'язку критерій якості розглядається як забезпечення виконання встановлених термінів доставки відправлень, надання повного спектру поштових послуг, забезпечення злагодженої роботи відділень та працівників підприємства щодо надання послуг тощо.

Іншим важливим для споживача критерієм є доступність послуг, що розглядається як здатність підходити багатьом або всім за можливістю користування та поміркованістю ціни [14, с. 163]. Щодо послуг поштового зв'язку доступність передбачає оцінювання з двох позицій: по-перше, з позиції вартості послуги, її порівняння з аналогічними або конкуруючими послугами інших підприємств; по-друге, з позиції доступності місця надання послуги для споживача, зокрема наближеності відділень, адресної доставки.

Надійність є характеристикою відповідності послуг, що надаються призначенню, їх здатністю забезпечувати досягнення встановленої мети. Зазначений критерій стосовно поштових послуг розглядається і як надійність роботи відділень (робота без збоїв, надання визначеного спектру послуг тощо), і як надійність виконання самих послуг (дотримання встановлених строків доставки, безпека поштових відправлень тощо).

Розрахунок ефективності в класичному розумінні передбачає порівняння отриманого ефекту з понесеними витратами, в цьому разі розглядаються соціальні та економічні витрати. Однак порівнювати отриманий ефект з вартістю послуг для визначення соціально-економічного ефекту не зовсім правильно, оскільки вказані критерії важливості тієї чи іншої складової соціального ефекту відобразатимуть прийнятність економічних витрат для задоволення потреб споживача, тобто якість, надійність та доступність послуги демонструватимуть можливість відмови від неї для використання альтернативних послуг.

Для визначення значень складових соціального ефекту за кожним з критеріїв пропонується проводити опитування споживачів послуг із застосуванням п'ятибальної шкали, за якої 1 бал надається, якщо складова та критерій мають незначний вплив або незадовільну оцінку соціального ефекту для споживача, та 5 балів, відповідно, в разі наявності суттєвого впливу або відмінної оцінки. При цьому слід відзначити, що сукупна або інтегральна оцінка соціально-економічної ефективності має враховувати не лише значення складових соціального ефекту, але й вагомість їх впливу на кінцевий результат.

Висновки з проведеного дослідження.

Оцінювання соціально-економічної ефективності послуг поштового зв'язку проводиться не лише для визначення відношення між результатом, отриманим від їх використання, та витраченими для його отримання коштами, але й для демонстрації відносної важливості цих послуг для споживача та спонукання апарату управління підприємством ухвалювати зважені рішення, спрямовані на найбільш повне задоволення потреб споживачів, як наслідок, підвищення загальної ефективності роботи підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Альошкін В.С., Гречишкіна О.О. Система показників оцінювання ефективності соціально-економічних результатів діяльності підприємства. Університетські наукові записки. 2008. № 2(26). С. 344–346. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Unzap_2008_2_62.
2. Князева О.А. Стратегія розвитку поштового зв'язку. Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2013. 100 с.
3. Белоусов Р.А., Бобрышев Д.Н., Захаров В.С. и др. Управление экономикой: словарь. Основные понятия и категории / под ред. Р.А. Белоусова, А.З. Селезнева. Москва: Экономика, 1986. 303 с.
4. Князева Н.О., Князева О.А. Підвищення якості обслуговування споживачів для досягнення конкурентних переваг підприємства поштового зв'язку. Економіка: реалії часу. 2012. № 1(2). С. 40–45. URL: <https://economics.opu.ua/files/archive/2012/No1/40-45.pdf>.
5. Про поштовий зв'язок: Закон України від 28 травня 2003 р. №2759-III / Верховна Рада України. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2759-14>.
6. Укрпошта оптимізуватиме мережу в селах, вибудувану під доставку пенсій. URL: <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/ukrposhta-optimizuvatime-merezhu-v-selakh-vibuduvan>.
7. Почтальоны помогут британцам справиться с одиночеством. URL: <https://www.bbc.com/russian/features-45893966>.
8. Кузнєцова О.В. Соціально-економічна ефективність впровадження Інтернет-послуг оператором зв'язку: дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04; Державний університет телекомунікацій. Київ, 2016. 231 с.
9. Лановенко О.А. Социальная эффективность предоставления социальных услуг: критериальные показатели ее оценки. Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. 2010. № 889. Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи. Вип. 25. С. 142–147. URL: <http://dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/4986/2/Lanovenk.pdf>.
10. Укрпошта піднялася на 33 місце в рейтингу Всесвітнього поштового союзу. URL: <https://ukrposhta.ua/ukrposhta-pidnyalasya-na-33-misce-v-rejtingu-vsesvitnogo-poshtovogo-soyuzu>.
11. Сіменко І.В. Якість систем управління підприємствами: методологія, організація, практика: монографія. Донецьк: ДонНУЕТ, 2009. 394 с.
12. Найвигідніша доставка замовлень з «Розетки» тепер доступна для всієї України. URL: <https://ukrposhta.ua/najvigidnisha-dostavka-zamovlen-z-rozetki-teper-dostupna-dlya-vsiei-ukraini>.

13. Укрпошта вперше встановила строки доставки періодики. URL: <https://ukrposhta.ua/ru/ukrposhta-vpershe-vstanovila-stroki-dostavki-periodiki>.

14. Ожегов С.И. Словарь русского языка. Около 57 000 слов / под ред. Н.Ю. Шведовой. 10-е изд., стереотип. Москва: Сов. энциклопедия, 1973. 846 с.

REFERENCES:

1. Aljoshkin V.S., Ghrechyshkina O.O. (2008) Sistema pokaznykh otsiniuvannia efektyvnosti sotsialno-ekonomichnykh rezultativ diialnosti pidpriemstva. Universytetski naukovi zapysky [System of indicators of evaluation of the effectiveness of socio-economic results of the enterprise]. University scientific notes, no. 2(26), pp. 344–346. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Unzap_2008_2_62.

2. Kniazieva O.A. (2013) Stratehiia rozvytku poshtovoho zviazku [Strategy of postal development]. Odesa: ONAZ im. O.S. Popova. (in Ukrainian)

3. Belousov R.A., Seleznev A.Z., Bobryshev D.N., Zakharov V.S. (1986) Upravlenie ekonomikoy: slovar'. Osnovnye ponyatiya i kategorii [Economic Management: Dictionary. Basic concepts and categories]. Moscow: Ekonomika. (in Russian)

4. Kniazieva N.O., Kniazieva O.A. (2012) Pidvyshchennia yakosti obsluhovuvannia spozhyvachiv dlia dosiahnennia konkurentnykh perevah pidpriemstva poshtovoho zviazku [Improving the quality of customer service to achieve the competitive advantages of the postal enterprise]. Economics: realities of time, no. 1(2), pp. 40–45. Available at: <https://economics.opu.ua/files/archive/2012/No1/40-45.pdf>.

5. The Law of Ukraine "About postal communication" from 28.05.2003 No. 2759-III / Verkhovna Rada of Ukraine. Available at: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2759-14>.

6. Ukrposhta optymizuvatyme merezhu v selakh, vybudovanu pid dostavku pensii [Ukrpost will optimize the network in villages, built for the delivery of pensions].

Available at: <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/ukrposhta-optimizuvatime-merezhu-v-selah-vibudovan>.

7. Pochtal'ony pomogut britansam spravit'sya s odinochestvom [Postmen will help the British cope with loneliness]. Available at: <https://www.bbc.com/russian/features-45893966>.

8. Kuznietsova O.V. (2016) Sotsialno-ekonomichna efektyvnist vprovadzhennia Internet-posluh operatorom zviazku [Socio-economic efficiency of the introduction of Internet services by the telecommunication operator]. (PhD Thesis). Kyiv: Derzhavnyi universytet telekomunikatsii.

9. Lanovenko O.A. (2010) Sotsial'naya effektivnost' predostavleniya sotsial'nykh uslug: kriterial'nye pokazateli ee otsenki [Social Efficiency of Provision of Social Services: Criteria of its Assessment]. Newsletter of Kharkiv National University n. a. V.N. Karazin, vol. 25, no. 889, pp. 142–147. Available at: <http://dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/4986/2/Lanovenk.pdf>.

10. Ukrposhta pidnialasia na 33 mistse v reitynhu Vsesvitnogo poshtovoho soiuzu [Ukrpost has risen to 33 place in the ranking of the World Postal Union]. Available at: <https://ukrposhta.ua/ukrposhta-pidnyalasia-na-33-misce-v-rejtingu-vsesvitnogo-poshtovogo-soyuzu>.

11. Simenko I.V. (2009) Yakist system upravlinnia pidpriemstvamy: metodolohiia, orhanizatsiia, praktyka [Quality of enterprise management systems: methodology, organization, practice]. Donetsk: DonNUET.

12. Naivyhidnisha dostavka zamovlen z "Rozetky" teper dostupna dlia vsiiei Ukrainy [The most advantageous delivery of orders from Rosetka is now available to all of Ukraine]. Available at: <https://ukrposhta.ua/najvidnisha-dostavka-zamovlen-z-rozetki-teper-dostupna-dlya-vsiyei-ukraïni>.

13. Ukrposhta vpershe vstanovyla stroky dostavky periodyky [Ukrposhta first established the terms of delivery of periodicals]. Available at: <https://ukrposhta.ua/ru/ukrposhta-vpershe-vstanovila-stroki-dostavki-periodiki>.

14. Ozhegov S.I. (1973) Slovar' russkogo yazyka [Russian dictionary]. Moscow: Sov. Entsiklopediya. (in Russian).

Orlov V.M.

Doctor of Economic Sciences, Professor,
Head at Department of Economics Enterprises and Corporate Management
Odessa National Academy of Telecommunications named after O.S. Popov

Obodovs'kyi Yu.V.

Postgraduate Student
Odessa National Academy of Telecommunications named after O.S. Popov

Kopus' M.M.

Student
Odessa National Academy of Telecommunications named after O.S. Popov

THE EVALUATION OF SOCIO-ECONOMIC EFFICIENCY OF POSTAL SERVICES

The calculation of the efficiency in the classical sense involves comparing the effect obtained with the costs incurred, in this case, social and economic costs are considered. However, comparing the resulting effect with the cost of services to determine the socio-economic effect is not entirely correct. The first place for consumers of postal services is their social component, and therefore, when assessing the effectiveness of postal services, the emphasis is appropriate on their social outcome.

As a result of the study, the components of the social effect received by the consumer are identified: the establishment and development of communications, improvement of the level and quality of life and the development of the individual. These components are correlated with the needs of consumers, which, however, can be satisfied not only by postal companies, but also, for example, telecommunication companies, scientific institutions, libraries, etc. Therefore, the social effect of postal services for the consumer must meet certain criteria in order to give consumers the advantage of their use. These criteria include quality, availability and reliability.

Criteria of the importance of one or another component of the social effect will reflect the acceptability, including economic costs, to meet the needs of the consumer. That is, the quality, reliability and availability of the service will demonstrate the possibility of refusing it to use alternative services.

The assessment of the social and economic efficiency of postal services is not only to determine the relationship between the result obtained from their use and spent for its receipt of funds, but also aims to show the relative importance of these services to the consumer and encourage the management of the enterprise to make informed decisions, aimed at the most complete satisfaction of the needs of consumers and, as a consequence, increase the overall efficiency of the enterprise.