

Балансів запропоновано на торги в обсязі 15665 тис. м³. Цей сортимент представлений трьома групами порід, з явним домінуванням твердолистяних. Проте, користувалися попитом лише соснові та ялинові лісоматеріали. Ціна балансів практично не залежала від деревної породи і коливалася в діапазоні 150-160 грн за м³.

Будівельного лісу виставлено на торги 2800, а реалізовано – 2100 куб. м або 75,0 %. Ціна попиту дорівнювала ціні пропозиції. Даний сортимент представлений двома деревними породами – сосна (89,3 %) і ялина (11,7 %). Ціна лісоматеріалу не залежала від породи і становила 290 грн за м³. Реалізувати вдалося будівельний ліс сосновий.

Подальші дослідження у цьому напрямку повинні полягати у застосуванні наведеного вище статистичного матеріалу та результатів теоретичних досліджень до практичного оцінювання рівня конкурентоспроможності конкретного регіону порівняно з іншими такими регіонами, а також дослідження зміни такого рівня у часі.

Література

1. Бюлетень аналізу ринку лісопродукції. – К.: ДП "Український інформаційно-координаційний центр аналізу ринку лісопродукції". – 2008, № 2. – 43 с.
2. Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство: Пер. с англ./ Под. ред. проф. Романова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 239 с.
3. Кузьмін О.Є., Горбаль Н.І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації): Навч. посіб. – Львів: Вид-во НУ "Львівська політехніка", 2004. – 188 с.
4. Маркетингові дослідження. – Червень 2008 р. – К.: ДП "Український інформаційно-координаційний центр аналізу ринку лісопродукції", 2008. – 55 с.
5. Підтримка конкурентоспроможного потенціалу підприємства/ А.Е. Воронкова, В.П. Пономарьов, Г.І. Дібніс. – К.: Техніка, 2000. – 152 с.
6. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость/ Майкл Е. Портер: Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.
7. Статистичний щорічник України. – К., 2007.

УДК 658.71 / .75

Аспір. І.М. Романович – Львівська КА

ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ЗАКУПІВЕЛЬ НА РОЗДРІБНОМУ ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Розглянуто сутність закупівель та визначено взаємовигідні умови співпраці постачальника та торговельного підприємства. Обґрунтовано системи закупівель: централізовану та децентралізовану. Встановлено причини вибору тої чи іншої системи закупівель.

Post-graduate I.M. Romanovich – L'viv commercial academy

Organization of the system of purchases is on a retail point-of-sale enterprise

Essence of purchases and certainly mutually beneficial terms of collaboration of supplier and point-of-sale enterprise is considered in the article. Grounded systems of purchases: centralized and decentralizing. Reasons of choice of the that or other system of purchases are set.

Трансформація економіки України в напрямку ринкових засад функціонування, насамперед, передбачає організацію збалансованої та ритмічної роботи щодо забезпечення торговельного підприємства товарними ресурсами. Успішна діяльність підприємств значною мірою залежить від правильного вибору варіанту організації системи закупівель.

Закупівля товарів – це процес придбання товарів належної якості, необхідної кількості та в потрібний час з метою їхнього подальшого перепродажу, який здійснюється торговельним підприємством і орієнтований на задоволення споживчого попиту [4, с. 57].

Процедура закупівель не є однобічною, вона обумовлюється вигідними умовами як для постачальника, так і для торговельного підприємства. Для цього кожна сторона визначає мотиви та можливості з купівлі-продажу товару (табл. 1).

Табл. 1. Взаємовигідні умови між постачальниками і роздрібним торговельним підприємством

Позиції постачальників	Позиції торговельних підприємств
Забезпеченість торговим асортиментом, виходячи з потреб замовників	Розширення асортименту, збільшення товарообігу
Гарантований обсяг постачання продукції	Орієнтація на якість і конкурентоспроможність продукції
Якість продукції, обумовлена технологією виробництва	Задоволення попиту покупців
Престижність і стійкість марки підприємства	Залучення потенційних покупців
Договірна ціна, регульована ринком	Прийнятність ціни товару, отримання прибутку
Комерційні операції і товарно-грошовий обмін з урахуванням зацікавленості сторін	Надійність постачальника і вірогідність постачання
Взаєморозрахунки на основі договору	Забезпеченість і стійкість фінансування

Необхідно відзначити, що у зв'язку "торговельне підприємство – постачальник" основна відповідальність за контроль лежить на постачальнику, а для покупця залишається лише функція контролю різних параметрів товарів, які йому поставляються. З метою підвищення ефективності управління товарним забезпеченням торговельного підприємства особливо актуальним є вибір оптимальної системи закупівель, що сприяє покращенню основних фінансово-господарських показників.

Детальніше зупинимось на централізованій та децентралізованій системах закупівлі товарів та розглянемо їх з точки зору логістики. Централізована закупівля товарів передбачає доставку товарів у торговельну мережу силами та засобами постачальника. В основі цієї системи закупівель лежить існування єдиного центру замовлення товарів у постачальника. При цьому не важливе розташування торгових точок, їх кількість, широта асортименту і кількість постачальників. Проте централізована форма замовлення ефективніше працює за наявності розподільчого центру (рис. 1).

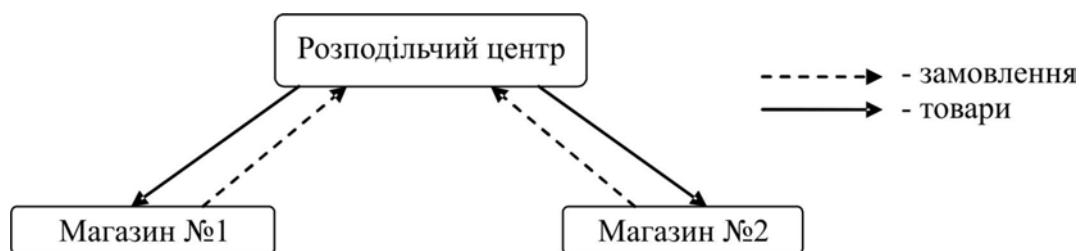


Рис. 1. Схема руху замовлення і товарів для централізованої системи замовлення з наявністю розподільчого центру

Розподільчі центри забезпечують певні конкурентні переваги:

1. Під час централізації поставок через розподільчі центри партії товарів збільшуються. Це, своєю чергою, дає змогу знизити витрати на процес приймання і транспортування. Результат: скорочення товарних запасів у магазині і, відповідно, витрат на їх обслуговування.
2. Розподільчий центр дає змогу економити час і гроші постачальників: якщо раніше постачальнику потрібно було доставляти товари в декілька торгових точок, то тепер лише в розподільчий центр. Це дає змогу скоротити час на оформлення документів і на поставку, оптимізувати витрати на транспорт, на фонд заробітної плати.
3. Він дає змогу комплектувати поставки для декількох магазинів, уникаючи нестачі поставленого товару. Таким чином, розподільчий центр дає змогу збільшити товарообіг.

За його відсутності може виявитись оправданим створення служби замовлення товарів у центральному офісі підприємства (рис. 2)



Рис. 2. Схема руху замовлення і товарів для централізованої системи замовлення без наявності центрального складу

Однак вагомими є такі критерії, за наявності яких на підприємстві можна прийняти рішення про створення централізованої служби замовлення без наявності центрального складу:

1. Наявність високоякісної інформаційної системи, яка своєчасно б забезпечувала інформацією центральний офіс про залишки та продаж по всіх магазинах.
2. Специфіка товару, що замовляється. Сюди необхідно віднести наявність спеціальних знань, якими має володіти співробітник центрального офісу, або рівень відповідальності, яку можна покласти на визначених спеціалістів в офісі.
3. Специфіка формування замовлення постачальнику. Постачальнику передається одне об'єднане замовлення, наприклад, з центру для постачання в різні регіони.
4. Товар, що замовляється, потребує спеціального супроводження (документального, контроль термінів тощо).

Принцип роботи централізованої системи замовлення полягає в організації центральної служби закупівель, в обов'язок якої входить забезпечення підприємства товарами за встановленим асортиментом. Застосування такої системи сприяє вирішенню певних завдань.

По-перше, необхідно визначити функції та межі відповідальності співробітників відділу. Можливе існування на підприємстві посади менеджера зі закупівель або оператора-координатора.

Менеджер зі закупівель – це керівник служби закупівель, на якого покладено відповідальність за якість замовлення, що охоплює аналіз даних для замовлення товару, визначення кількості та номенклатури кожного замовлення, вирішення логістичних питань.

Основним завданням оператора-координатора є своєчасний збір замовлень із торгових точок, їх об'єднання та передача постачальнику, а відповідальність за якість замовлення покладено на торгові точки.

По-друге, встановлення точки відповідальності – в магазині чи в центральному офісі. Якщо замовлення здійснюють продавці, то відповідальність покладено на магазин, якщо ці функції виконує центральний офіс – то відповідальність на ньому.

По-третє, розподіл обов'язків між співробітниками. Кількість працівників визначається залежно від специфіки та об'єму номенклатури, постачальників та торгових точок, методів та форм замовлення, а також логістичних особливостей підприємства.

Застосування цієї системи закупівель дає змогу організувати ритмічне забезпечення магазинів товарами, внаслідок чого підтримується стабільний асортимент, ефективніше використовується робоча сила, скорочуються витрати обігу.

Менш поширеною, але прийнятною до застосування на підприємстві сьогодні є децентралізована система закупівель. Така закупівля товарів найбільш ефективна, коли вона характеризується обмеженою номенклатурою, великими партіями постачання та відносною стабільністю. Постачання товарів у торговельну мережу здійснюється силами та засобами роздрібного торговельного підприємства. Суть цієї системи закупівель полягає в тому, що менеджер магазину повною мірою контролює процес поповнення наявних товарних запасів. Запаси можуть поповнюватись співробітниками магазину тоді, коли наявність товару буде мінімально допустимою.

Принцип дії децентралізованої системи закупівель такий:

- магазин здійснює замовлення по узгодженому асортименту та у визначених постачальників;
- торгова точка має контролювати ціни отриманих товарів (чи надійшов товар за попередньо узгодженими цінами);
- співробітникам магазину необхідно володіти основними правилами замовлення товару;
- у магазині має бути розроблений графік поступлення замовлення, для здійснення контролю за дотриманням плану-графіка.

Використання децентралізованої системи замовлення дає змогу скоротити витрати на утримання персоналу та швидше реагувати на нестачу това-

рів. Проте, основним недоліком є відведення персоналу управління магазину від основних функціональних обов'язків.

Головними причинами вибору тієї чи іншої системи закупівлі є дефіцит необхідних товарів, а також великі обсяги надлишкових та "мертвих" запасів. Проте причини вибору можуть бути різними (табл. 2).

Табл. 2. Причини вибору системи замовлення

Централізованої	Децентралізованої
1. Недостовірна інформація про продаж та запаси товарів у магазинах. 2. Недостатня участь співробітників магазинів в процесі товароруку, низька зацікавленість у контролі запасів та продажах. 3. Віддаленість співробітників офісу від магазинів. Не приділяється належної уваги технічним питанням поставки, вимогам щодо якості та кількості поставленого товару. 4. Недостатня інформація про поставку, кількість та номенклатуру товарів чи її несвоєчасність, відсутність інформації про проблеми, які виникають під час постачання в магазини.	1. Продавці здійснюють замовлення відповідно до споживчого попиту. 2. Необхідно вкладати менше інвестицій у навчання персоналу. 3. Магазин замовляє товар, вимоги до якого та кількість не збігаються з точкою зору центрального офісу та обов'язками перед постачальниками. 4. Магазины можуть регулярно закупляти надлишкову кількість товарів помилково чи для того, щоб замовлення відповідало вимогам мінімальної партії, яку встановлює постачальник.

Таким чином, вибір однієї із систем закупівель певною мірою залежить від можливостей торговельного підприємства. Правильно прийняте рішення про застосування тієї чи іншої системи закупівлі є необхідним для ефективної роботи з постачальниками, побудови процесу управління товарним потоком, врахування особливостей бюджетування закупівель та багато інших питань, що є вагомими для функціонування підприємства.

Література

1. Азарян О.М., Локтєв Е.М., Оліфіров В.П. Організація і технологія торгівлі: Навч. посіб. для студ. ВНЗ/ Донецький НУ економіки і торгівлі ім. М.І. Туган-Барановського. – Донецьк: СПД Дмитренко, 2007. – 527 с.
2. Апопій В.В., Міщук І.П., Ребицький В.М. та ін. Організація торгівлі: Підручник; 2-ге вид., перек. Та доп./ За ред. В.В. Апопія. – К.: Центр навч. літ-ри, 2005. – 616 с.
3. Комкова Е. Товарные портфели и управление закупками в рознице. – СПб.: Питер, 2008. – 336 с.
4. Коноваленко В. Закупівельна діяльність підприємства в логістичній системі товароруку// Вісник КНТЕУ. – 2005, № 4. – С. 54-59.

УДК 330.322.014

Аспір. А.В. Симак – НУ "Львівська політехніка"

АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНИХ АСПЕКТІВ ПОНЯТТЯ "ІНВЕСТИЦІЇ" ТА "ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ" ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто теоретико-методологічні питання визначення сутності інвестицій та інвестиційної політики підприємства. Встановлено, що аналіз цих понять пов'язаний зі складністю і наявністю багатьох форм і видів інвестування в правовій та економічній літературі. Запропоновано уточнене визначення цих понять.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційна політика, капітал, основні засоби.