

Antoshkin V. K.

Berdiansk University of Management and Business

THE INFLUENCE OF GLOBAL FACTORS ON THE ECONOMIC SECURITY OF REGIONS AND ACCOUNT FOR THEM IN THE OFFICE

Summary

The article defines a set of global factors that influence the formation of economic security of the regions. Special attention is paid to the assessment of threats and challenges. Market and administrative levers to support and enhance economic security at the regional and national levels are substantiated.

Keywords: economic security, global factors, regions, management, improvement, leverage, challenges, risks, improvement.

УДК 330.131.52

ПОБУДОВА ОПТИМІЗАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ ПОСТАЧАННЯ ТОВАРІВ В МЕРЕЖУ СУПЕРМАРКЕТІВ «СІЛЬПО»

Белей О.І., Тріль Г.М.

Львівська комерційна академія

Розкрито суть імітаційного аналізу в системі управління товарними запасами торговельного підприємства. Запропоновано методику визначення оптимальних закупок товарів мережі супермаркетів «Сільпо» на підставі імітаційної моделі. **Ключові слова:** моделювання, товарні запаси, імітаційний аналіз, роздрібна торгівля, супермаркет.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Домінантою ефективного функціонування підприємств торгівлі в сучасних умовах є якість оперативного управління товарними запасами в контексті їх оптимізації. Як недостатність, так і надлишок товарних запасів на підприємстві негативно відображаються на результатах його фінансово-господарської діяльності. Недостатність запасів порушує ритмічність торговельної діяльності, зменшує обсяги товарообороту, прибутку та рентабельності продажу. У той же час наявність невикористаних запасів уповільнює обіг оборотних коштів, вилучає з обороту частину ресурсів, знижує темпи відтворення й призводить до збільшення витрат. Отже, важливим для кожного підприємства за певних умов ринкової кон'юнктури є досягнення оптимального розміру товарних запасів, який дозволяє максимально скоротити витрати на зберігання і реалізацію.

Вирішення проблем оперативного управління запасами в умовах обмеженості ресурсів потребує застосування економіко-математичного апарату до обґрунтування управлінських рішень з оптимізації запасів, що і обумовлює необхідність в наукових дослідженнях такого характеру.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання оперативного управління товарними запасами і використання економіко-математичного моделювання для оптимізації їх залишків посідають значне місце в наукових працях вітчизняного вченого економіста: Белей О.І. [3]. Аналіз опублікованих з даної теми праць, теоретичних концепцій і практичних розробок дозволяють зробити висновок, що залишаються не достатньо розробленими питання застосування імітаційних економіко-математичних моделей, за допомогою яких забезпечується можливість прогнозувати розміри запасів товарів підприємств роздрібною торгівлі і бачити результати прогнозів при зміні початкових даних факторів, аналізувати та обґрунтовувати оптимальні рішення.

Мета та завдання статті. Метою статті є удосконалення оперативного управління товарними запасами підприємств роздрібною торгівлі на базі використання методу імітаційного моделювання. Для досягнення мети дослідження визначено наступні завдання:

– розкрити суть та доцільність застосування імітаційного моделювання в управлінні товарними запасами;

– визначити розмір оптимальних закупок мережі супермаркетів «Сільпо».

Виклад основного матеріалу дослідження. У практиці управління товарними запасами доволі часто застосовуються детерміновані математичні моделі. Проте іноді виникають більш складні задачі, які пов'язані із великою кількістю змінних, високим ступенем невизначеності, що ускладнює їх вирішення з допомогою простих математичних моделей. У зв'язку з цим управлінський персонал підприємств використовує у своїй діяльності імітаційне моделювання, тобто обчислювальну процедуру, яка формально описує певний об'єкт й імітує його поведінку.

Досліджуючи сутність імітаційного моделювання ми дійшли висновку щодо відсутності єдиної думки вітчизняних і зарубіжних науковців з цього питання. Так, Бережний В.О. [2] визначає імітаційну модель як алгоритмічну модель, що відображає поведінку досліджуваного об'єкта в часі при заданому зовнішньому впливі на об'єкт. У свою чергу Авілов А.В. [1] стверджує, що імітаційною моделлю називається спеціальний програмний комплекс, який дозволяє імітувати діяльність якогось складного об'єкта.

На наш погляд найбільш вдало розкрито сутність імітаційного моделювання О.І. Белеєм, який вважає, що імітаційне моделювання – це поширений різновид аналогового моделювання, який реалізується з допомогою набору математичних інструментів, спе-

ціальних імітаційних комп'ютерних програм і технологій програмування, що дозволяють з допомогою процесів-аналогів провести цілеспрямоване дослідження структури і функцій реального складного процесу в пам'яті комп'ютера в режимі «імітації» та виконати оптимізацію його параметрів.

Використання імітаційного моделювання в управлінні товарними запасами пов'язане, насамперед, з визначенням їх розміру, здатного забезпечити безперервність діяльності підприємств роздрібною торгівлі і максимально задовольнити потреби споживачів, за умов зміни кон'юнктури товарного ринку і організації товароруку на конкретному підприємстві.

Мережа супермаркетів сілпо має власний імпорт «Сільпо» – це продукти популярних іноземних виробників, відібрані та перевірені фахівцями мережі. Вони потрапляють від виробника одразу на полиці супермаркету, без посередників, завдяки чому ви купуєте імпорتنі продукти за кращою ціною.

Таблиця 1

Обсяги поставки товарів

№	Постачальники товарів	Фактична сума надходження товарів, тис. грн	Планова сума надходження товарів, тис. грн
1	Київський хліб-завод	340	330
2	ПАТ «Білоцерківський молочний комбінат»	300	300
3	Глобинський м'ясокомбінат	600	670
4	ТОВ «Сандора»	192	194
5	ПАТ «Одеський коньячний завод»	215	240
6	ПАТ «Великобурлуцький сироробний завод»	308	310
7	ТОВ «Nestle-Україна»	155	155
8	ПАТ «Київ-Конті»	298	300
	Всього	2408	2499

Джерело: [4]

В торгівельних залах супермаркетів продукти власного імпорту «Сільпо» виділені матеріалами з позначкою «імпорт без посередників». Також в «Сільпо» представлено безліч товарів власних торговельних марок мережі, таких як: «Премія» (на сьогоднішній день асортимент торгової марки «Премія» вже перевищує 800 найменувань у більш ніж 100 різних категоріях товарів середнього цінового сегменту), «Повна чаша» (близько 200 найменувань товарів під цією ВТМ: від олії до одноразового посуду), «Повна чарка», «Premiua Select», «ЗЕЛЕНА КРАЇНА» (більше 20 найменувань в категоріях свіжих фруктів та овочів.), «Protex», «ZONK!». У закупівельній діяльності одним із основних є питання вибору постачальника. Важливість цієї проблеми полягає не тільки у тому, що на сучасному ринку функціонує велика кількість постачальників майже однакових товарно-матеріальних ресурсів, але головним чином у тому, що постачальник повинен бути надійним партнером. Оскільки в асортименті супермаркету «Сільпо» більше 30000 товарних позицій, підприємство має досить значну кількість постачальників.

Для аналізу процесу товаропостачання супермаркету потрібно здійснити певні розрахунки.

На першому етапі розраховуємо коефіцієнти поставки товарів (табл. 1).

Коефіцієнт поставки використовують для аналізу відповідності фактичного обсягу надходження товарів укладеним договорам (з зазначеними підприємствами) на поставку товарів і розраховують за такою формулою:

$$K_p = \frac{HT\Phi}{HT_{пл}} * 100 \quad (1)$$

Результати розрахунків наведено в таблиці 2.

Таблиця 2

Коефіцієнти поставки

№	Постачальники товарів	Коефіцієнт поставки
1	Київський хлібзавод	103,3
2	ПАТ «Білоцерківський молочний комбінат»	100,00
3	Глобинський м'ясокомбінат	89,55
4	ТОВ «Сандора»	98,97
5	ПАТ «Одеський коньячний завод»	89,58
6	ПАТ «Великобурлуцький сироробний завод»	99,35
7	ТОВ «Nestle-Україна»	100,00
8	ПАТ «Київ-Конті»	99,33

Джерело: [4]

Розраховані значення коефіцієнтів поставки дозволяють стверджувати, що недопоставка товарів підприємствами, що були обрані для дослідження становить:

$$100 - 96,36 = 3,64\%$$

Це може призвести до втрат товарообороту та прибутку в зв'язку з відсутністю товарної пропозиції. Дана ситуація була спричинена зниженням зацікавленості та активності постачальників (ТОВ «Сандора», ПАТ «Одеський коньячний завод») та відмовою підприємства від частини замовлених товарів у зв'язку зі зниженням попиту (Глобинський м'ясокомбінат, ПАТ «Великобурлуцький сироробний завод», ПАТ «Київ-Конті»). До таких постачальників як ТОВ «Сандора» та ПАТ «Одеський коньячний завод» слід застосувати штрафні санкції, або ж взагалі відмовитися від їхніх послуг.

Позитивним є повне виконання зобов'язань ПАТ «Білоцерківський молочний комбінат», ТОВ «Nestle-Україна».

Київський хлібзавод перевищив плановий обсяг поставки на 3,03%. Причиною цього було додаткове замовлення супермаркету «Сільпо», оскільки Київський хлібзавод поставляє товар, що має досить високий попит.

На другому етапі розраховуємо коефіцієнти варіації та рівномірності надходження товарів. Для того щоб оцінити мінливість обсягів поставки товарів потрібно розрахувати коефіцієнт варіації. Обсяги поставки товарів у супермаркет «Сільпо» відображено в таблиці 3.

Коефіцієнт варіації визначається за допомогою формули:

$$v = \frac{\sigma * 100}{x_0} \quad (2)$$

де, σ – середньоквадратичне відхилення;

x_0 – процент виконання плану реалізації за рік.

Попередньо необхідно обчислити середньоквадратичне відхилення:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum(x_1 - x_0)^2}{n}} \quad (3)$$

Обсяги поставки товарів до магазину

Квартали 2014 року	Групи товарів					
	Київський хлібзавод			ПАТ «Одеський коньячний завод»		
	план поста- чання	фактично по- ставлено	% виконання плану	план поста- чання	фактично по- ставлено	% виконання плану
1 квартал	330	340	103,03	240	215	89,58
2 квартал	340	344	101,18	220	183	83,18
3 квартал	343	349	101,75	220	209	95,0
4 квартал	349	352	100,86	225	211	93,78
Всього за рік	1362	1385	101,69	905	818	90,38

Джерело: [4]

де, x_1 – процент виконання плану реалізації за кожний квартал;

x_0 – число кварталів;

Також однією з умов успішної роботи підприємства є рівномірне постачання продуктів.

Коефіцієнт варіації (нерівномірності) виконання плану надходження товарів, поставником яких є Київський хлібзавод, за звітний період склав: $V = 0,81\%$

Звідси випливає, що виконання плану надходження кондитерських виробів було рівномірним на 99,19% (цей показник є майже рівномірним).

Коефіцієнт варіації виконання плану надходження напоїв від постачальника ПАТ «Одеський коньячний завод» за звітний період склав: $V = 5,11\%$.

Звідси випливає, що виконання плану надходження алкогольних напоїв було рівномірним тільки на 94,89%, що пов'язане з нерівномірним завозом товару та невиконанням фактичного плану.

Для більш рівномірного знаходження товарів необхідно вирішити питання з рівномірності завозу товарних запасів.

Отже, проаналізувавши постачальників та їх взаємовідносини з супермаркетом «Сільпо», можна сказати, що товаропостачання супермаркету знаходиться на високому рівні. Тому що, керівництво супермаркету співпрацює лише з перевіреними постачальниками, які досить довго працюють на ринку і міцно на ньому закріпилися, також при такій кількості постачальників мінімізовано можливість збою при постачанні товарів. Оскільки, нестачу товарів одного постачальника можна буде замінити товарами інших компаній.

Але для повної впевненості в своїх постачальниках керівництво супермаркету повинно в контрактах встановлювати міри покарання для підприємств, які не справляються зі своїми обов'язками, щодо поставки товарів.

Динаміка товарообороту ТОВ «Сільпо» в період 2012-2014 рр., продемонструвала стабільне та значне зростання обсягів обороту (Табл. 4).

Дана динаміка товарообороту ТОВ «Сільпо» свідчить про стабільну роботу підприємства з позитивною динамікою росту. Товарооборот у 2014 році перевищив майже в 2 рази показник минулого року

та становив 2326722 тис. грн. Також важливими для підприємства є динаміка рівня показників.

Таблиця 4

Динаміка товарообороту ТОВ «Сільпо»

Показники	Обсяг, тис. грн., по рокам		
	2012	2013	2014
Доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	546 560	953 231	2 326 722
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	434 592	630 772	1 560 724
Валовий прибуток	111 968	322 459	765 998

Джерело: [4]

Таблиця 5

Динаміка рівня показників підприємства

Показники	2012 рік	2013 рік	2014 рік
Рівень собівартості реалізованих товарів	67,1	66,2	67,1
Рівень комерційного доходу	12,345	12,884	14,768
Рівень витрат обігу	10,714	12,643	13,688
Рівень рентабельності товарообороту	1,631	0,240	1,080

Джерело: [4]

Рівень собівартості реалізованих товарів має чітку тенденцію до зростання, що не можна сказати про рівень рентабельності товарообороту. Але у 2014 році обидва показники зросли однаковими темпами. Стабільність рівня собівартості можлива тільки за умов достатнього рівня рентабельності для самофінансування торговельної діяльності.

Висновки і пропозиції. Основною задачею аналізу стану товарного забезпечення є визначення рівня забезпечення товарообігу відповідними розмірами товарного забезпечення за період передуючий плановому періоду. Для забезпечення управління товарним забезпеченням ТП виникає необхідність у визначенні цілого ряду економічних та аналітичних показників, які характеризують рух товарів та ефективність їх використання.

Список літератури:

1. Авілов А. В. Рефлексивне управління. Методологічні основи. – М., 2003.
2. Бережний В. О. Сучасні концепції публічного управління В. О. Бережний. – 2013. – № 2. – С. 36.
3. Белей О. І., Ананьєв О. М., Горбан І. М. Ефективне управління торговельним підприємством: Монографія / За заг. ред. О. М. Ананьєва – Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2011. – С. 167.
4. Белей О. І., Тріль Г. М. розроблено авторами за даними [3].

Белей А.И., Триль Г.Н.

Львовская коммерческая академия

ПОСТРОЕНИЕ ОПТИМИЗАЦИОННОЙ МОДЕЛИ ПОСТАВКИ ТОВАРОВ В СЕТЬ СУПЕРМАРКЕТОВ «СИЛЬПО»

Аннотация

Раскрыта сущность имитационного анализа в системе управления товарными запасами торгового предприятия. Предложена методика определения оптимальных закупок товаров сети супермаркетов «Сильпо» на основании имитационной модели.

Ключевые слова: моделирование, товарные запасы, имитационный анализ, розничная торговля, супермаркет.

Belei O.I., Tril H.M.

Lviv Academy of Commerce

BUILDING OPTIMIZATION MODEL OF SUPPLY OF GOODS IN «SILPO» SUPERMARKET CHAIN

Summary

The essence of simulation analysis in the inventory management of commercial enterprise is revealed. The methodology for determining the optimal procurement of goods by «Silpo» supermarket chain is suggested on the basis of the simulation model.

Keywords: modelling, inventory, simulation analysis, retail, supermarket.

УДК 339.94

ЗАЛУЧЕННЯ СВІТОВОГО ДОСВІДУ ДО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ ТРАНСПОРТНОГО МАШИНОБУДУВАННЯ В УКРАЇНІ

Білоус А.О.

Інститут міжнародних відносин

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

У роботі розглядаються існуючі та перспективні моделі поведінки компаній-виробників галузі транспортного машинобудування при виході на зовнішні ринки. Ці моделі можуть використовуватися як українськими, так і іноземними компаніями. В результаті проведеного дослідження проаналізовані основні моделі поведінки компаній, їх сильні та слабкі сторони, а також можливість їх використання як українськими компаніями при виході на іноземні ринки, так і іноземними ТНК при входженні на український ринок. Розглянуто перспективи входження іноземних компаній галузі на український ринок. Проаналізовано шляхи підвищення ефективності менеджменту виробничих підприємств.

Ключові слова: транспортне машинобудування, моделі менеджменту, вихід на зовнішні ринки, конкурентоздатність, виробництво.

Постановка проблеми. Аналіз сучасного стану галузі транспортного машинобудування у світі й в Україні дає підстави говорити, що дана галузь швидкими темпами розвивається у світі, а в Україні з кожним днем спостерігається все більше відставання не тільки від лідерів, а й від компаній «другого ешелону». Так само спостерігається й майже повна відсутність іноземних ТНК на українському ринку. Також важливим фактором є те, що відсутність з боку держави продуманої стратегії закупівлі нового рухомого складу привели до того, що більшість підприємств машинобудівного комплексу опинилися в умовах необхідності самофінансування та самостійного пошуку нових ринків збуту за межами України. Результатом цього стало значне старіння рухомого складу та втрата конкурентних позицій порівняно із залізничними компаніями сусідніх країн. Результатом застою галузі став частковий відтік кваліфікованих кадрів, моральне і фізичне старіння технологій і устаткування.

Переорієнтація вітчизняного транспортного машинобудування на інтенсивний, випереджаючий шлях розвитку припускає необхідність рішення комплексу взаємозв'язаних і взаємообумовлених проблем не тільки в законодавчій, нормативно-правовій, фінансово-економічній, освітній, кадровій та інших сферах, а найголовніше – у сфері менеджменту підприємств галузі транспортного машинобудування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У світовій економічній науці та практиці основоположниками дослідження проблематики розробки корпоративних товарних стратегій є: М. Бейкер, М. Святкін, С. Ільєнкова, Дж. Даннінг, С. Ейк, В. Доміні та інші, у роботах яких аналізуються теоретичні та практичні аспекти розвитку товарних ринків, вартості активів корпорацій, оптимального товарного портфелю, стратегічного аналізу та вибору оптимальної стратегії. За період незалежності України окремим проблемам розвитку ТНК, світових товарних ринків, у тому числі ринків транспортно-