

ПЛАНУВАННЯ ГУРТОВИХ ЗАКУПІВЕЛЬ ТОВАРІВ У ЗАКОРДОННИХ ФІРМ

Кушнір О.К., Чаплінський В.Р.

Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка

У статті визначено роль та значення гуртової торгівлі в Україні. Показано важливість усіх аспектів планування при здійсненні гуртових закупівель. Побудовано модель процесу гуртової закупівлі товарів у закордонних фірмах. Проаналізовано законодавчі основи регулювання публічних закупівель для органів державної влади та замовників, що здійснюють діяльність в окремих сферах господарювання.

Ключові слова: гуртова торгівля, планування, закупівля у закордонних фірм, публічні закупівлі, організація гуртових закупівель, внутрішній ринок, сфера обміну, імпорт.

Постановка проблеми. Сьогодні українська економіка, як і економіки багатьох країн світу, перебуває в стані кризи. Світовий банк визначив рейтинг країн з економіками, що розвиваються і Україна у ньому перебуває на 47-й сходинці. Рівень розвитку економіки нашої країни оцінюється в 3,67 бала із 7 можливих, економічні показники протягом останнього року демонстрували повільний регрес [1]. В таких умовах необхідно розвивати галузі економіки, які мають найкоротший оборот капіталу. До таких галузей відноситься саме торгівля, яка має крім того, високий рівень рентабельності. Торгівля є важливою складовою будь-якої держави і її місце в економічному розвитку держави визначається, з одного боку, тими функціями, які вона виконує, а з іншого, тими зв'язками, в яких вона перебуває.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні аспекти торгівлі були висвітлені в працях багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених, а саме: О.М. Азарян, В.В. Апоптія, Л.В. Балабанової, І.О. Бланка, Н.О. Голошубової, В.Д. Лагутіна, А.А. Мазаракі, В.С. Марціна, А.Т. Мельник, А.С. Савощенко, О.М. Сальникова, О.М. Тубей, Ю.Ю. Юрченка.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Автори висвітлюють питання організаційно-економічної діяльності підприємств торгівельного сектору, засади державного регулювання, оцінки ефективності функціонування, місця гуртової торгівлі в системі товароруху та концептуальні напрямки розвитку. Однак не висвітлюються аспекти планування закупівель у закордонних організацій та особливості використання сучасних інструментів для забезпечення ефективного функціонування і розвитку гуртової торгівлі.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає у визначенні сучасних економічних аспектів діяльності підприємств гуртової торгівлі, аналізі основних проблем, що виникають в процесі планування та функціонування, формуванні основних напрямків розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток торгівлі значною мірою відображає здатність суспільства вирішувати найважливіші соціально-економічні проблеми. Торгівля в умовах ринкових відносин перетворюється в складну динамічну систему, що функціонує в рамках надзвичайно великомасштабної, соціально-економічної системи ринкового середовища. Весь спектр складних позитивних і негативних процесів, суперечливих тенденцій, що відбуваються в еконо-

мічному і соціальному житті як країни, так і регіонів, знаходить висвітлення в гуртовій торгівлі [2].

Гуртова торгівля займає в структурі ВВП України більшу частку, ніж сільське господарство. Це при тому, що більше половини її оборотів припадає на компанії, чия частка на гуртовому ринку становить лише 0,9% [3].

Важливість гуртової торгівлі у порівнянні з роздрібною для економіки України проілюстровано на рис. 1.

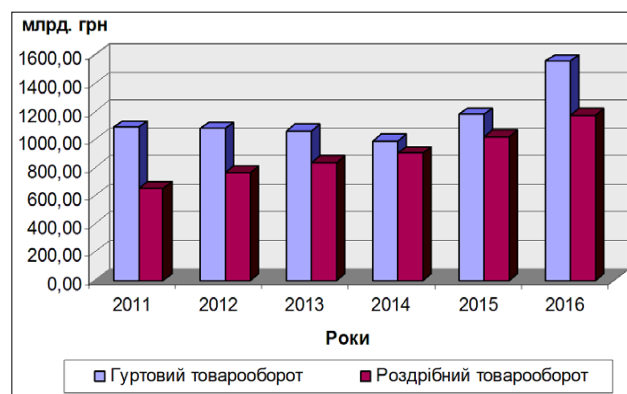


Рис. 1. Динаміка роздрібного та гуртового товарообороту України за 2011–2016 роки

Джерело: розроблено авторами за даними [4]

Як видно з рисунку, гуртовий товарооборот підприємств торгівлі в Україні за досліджуваний період змінювався хвилеподібно. Спад припадає на 2013–2014 рр., що пов'язано зі складною політичною ситуацією в країні. Скорочення було порівняно невеликим та було призупинено вже наступного 2015 року. Гуртовий товарооборот у 2015 році становив 1178,89 млрд грн., що перевищило значення 2011 року (1085,25 млрд грн.). У 2016 році гуртовий товарооборот зріс на 32% у порівнянні з 2015 роком і становив вже 1555,97 млрд грн. В цілому за 2011–2016 роки гуртовий товарооборот в діючих цінах зріс на 470,72 млрд грн. або на 43,37%.

Однак, у розвитку гуртової торгівлі в Україні є негативні тенденції, які проявляються у зменшенні прибутку за групою прибуткових підприємств і збільшення збитку за групою збиткових підприємств гуртової торгівлі, зниження показників рентабельності. Науковці таку тенденцію пов'язують з недосконалістю податкового законодавства та нормативно-правової бази, відсутністю ефекту від комерціалізації та зміни форми власності, відставанням розвитку потенціалу гурто-

вої торгівлі від темпів розвитку і вимог суміжних сфер – виробництва і роздрібно торгівлі, розбалансування внутрішнього ринку споживчих товарів і економічного обміну між регіонами України, деспеціалізацією посередників. Хоча в Україні існує високий потенціал внутрішнього ринку України загалом та гуртової ланки зокрема [5, с. 67].

Організація гуртових закупівель – це комплекс взаємозв'язаних управлінських і комерційних рішень та торгових операцій, виконанням яких забезпечується виявлення і вивчення попиту споживачів відповідно до потреб суспільства, надання й узгодження з постачальниками замовлень на виробництво і постачання товарів, укладання договорів постачання з метою визначення порядку і механізму виконання замовлень та контроль за надходженням товарів і дотриманням сторонами умов договору [6].

Щоб правильно визначити головні напрямки поточної та перспективної діяльності підприємства гуртової торгівлі, необхідно проаналізувати стан фінансових, матеріальних, інформаційних та трудових ресурсів, визначити цілі розвитку бізнесу. Зробити це дозволяє планування.

Під плануванням розуміється діяльність, спрямована на формування системи планів щодо розвитку комерційної діяльності на торговельному підприємстві. Залежно від рівня управління планування включає встановлення та узгодження цілей комерційної діяльності; розробку стратегії комерційної діяльності та обґрунтування комерційної політики за окремими напрямками (по роботі з покупцями та постачальниками); складання прогнозів щодо результатів комерційної діяльності у довгостроковому та середньостроковому періодах, обґрунтування ресурсного забезпечення для реалізації цілей та завдань розвитку комерційної діяльності на підприємстві [5, с. 45].

Процес закупівлі та доставки імпортованого товару починається з прийняття рішення про закупівлю. При цьому необхідно проаналізувати багато інформації про закордонні виробники, щоб визначити потенційного постачальника товарів. При прийнятті рішення про закупівлю, керівникам відділів закупівель необхідно керуватися вимогою забезпечення запасу по кожній товарній позиції на кілька місяців наперед. Адже, незважаючи на те, що закупівлі можна здійснювати скільки завгодно часто, при їх плануванні необхідно враховувати термін виконання замовлення постачальником та термін доставки, які залежать від конкретного постачальника.

Модель гуртових закупівель у закордонних фірмах показано на рис. 2.

Алгоритм прийняття рішення в моделі гуртових закупівель полягає в підборі такої величини товару, що задовольняється, яка в сумі із залишком товару на складі, товаром в дорозі, товаром на митниці і товаром, вже замовленому раніше, за мінусом планованого обсягу продажів забезпечить існування мінімуму запасу товару [7].

При цьому основними функціями відділу закупівель є:

- прийняття рішення про закупівлі;
- оформлення замовлення постачальникам;
- замовлення акцизних марок;
- замовлення перевезення транспортної компанії;
- митне регулювання.

Найбільш ефективна форма гуртових закупівель – це відкритий конкурс. Він проводиться за умов державних закупівель, маються на увазі закупівлі за рахунок державного бюджету, які спрямовані на забезпечення функціонування і життєдіяльності органів державної влади.

Закупівельна практика в будь-якій країні є головним індикатором рівня розвитку економіки. З різних моделей організації закупівельної діяльності можна виділити дві домінуючі – централізована і децентралізована (розподільча). При децентралізованій моделі кожен підрозділ міністерства, департаменту, компанії проводить самостійно закупівлі, необхідні для їх потреб. Для цих цілей створюються спеціальні закупівельні відділи. При централізованій моделі створюється закупівельний центр, куди стікаються заявки від підрозділів на необхідні закупівлі. Найвні плюси і мінуси обох моделей. Децентралізована модель більш витратна, проте, вельми

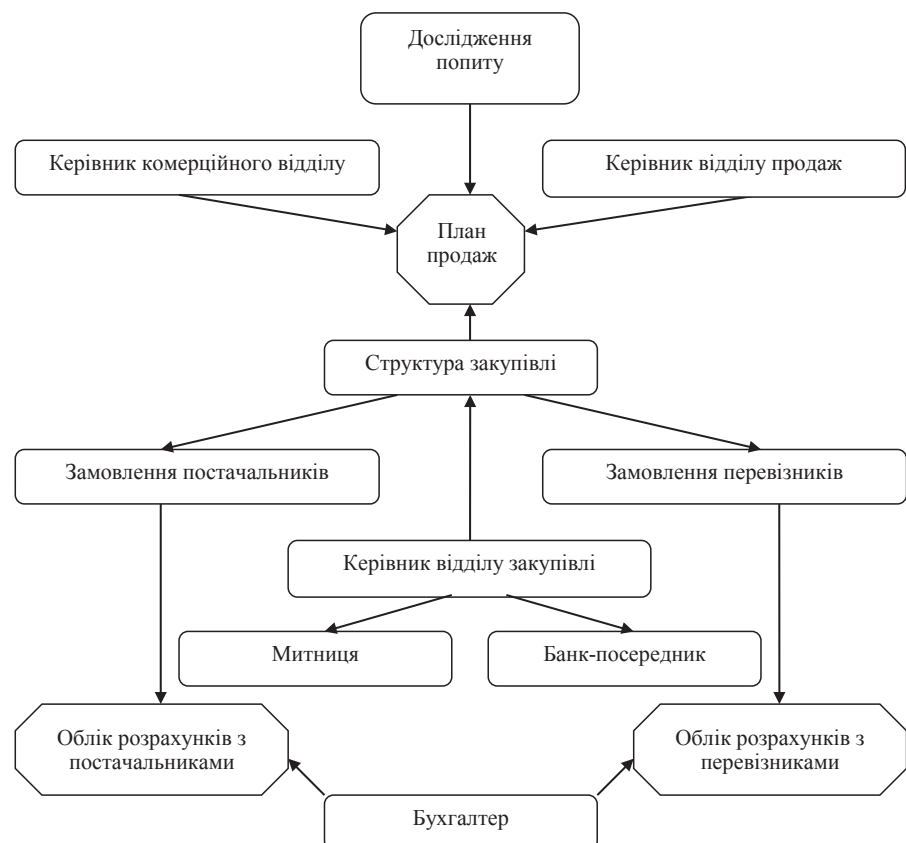


Рис. 2. Модель планування гуртової закупівлі у закордонних фірмах

Джерело: розроблено авторами

гнучка, в той час як централізована схема закупівель менш мобільна, не може врахувати всіх нюансів, але забезпечує більш низькі ціни за рахунок великих гуртових закупівель. Комбінування двох моделей може виявитися найбільш ефективною схемою організації закупівельної діяльності. У цьому випадку загальне керівництво здійснює міністерство економіки або фінансів, які розробляють нормативно-правову базу, планують, контролюють закупівельну діяльність, а конкретні закупівлі проводять спеціалізовані закупівельні відділи.

Використання досвіду різних закупівельних моделей показує, що найбільш ефективною формою закупівель є організація відкритих конкурсів (тендерів). У більшості розвинених країн конкурси (тендери) лежать в основі всіх державних закупівель. В Україні сьогодні так само широко використовуються тендери для державних закупівель. Відкриті конкурси дозволяють досягти значної економії коштів та підвищити ефективність діяльності компанії або підприємства. Це відбувається завдяки прозорості та відкритості закупівельної процедури, надання рівних можливостей для всіх учасників конкурсу [8].

З 1 квітня 2016 року в Україні діє закон «Про державні закупівлі», яким передбачено новий підхід до здійснення закупівель для забезпечення потреб держави і територіальних громад на території України і з 1 серпня 2016 року за допомогою електронних засобів системи Prozorro та електронних майданчиків. Комерційні тендери в Україні знаходяться на початковій фазі розвитку.

Ринок публічних закупівель України на сьогоднішній день як ніколи раніше сприятливий для участі в закупівлях іноземних компаній (наразі через представництва або пов'язані компанії, зареєстровані в Україні), які можуть нарешті створити належну конкуренцію українським виробниками в умовах прозорих, ефективних і справедливих процедур закупівель із викориненням системної корупції в цій сфері. Враховуючи високий рівень конкурентоспроможності окремих категорій продукції закордонних виробників на українському ринку, можна очікувати найближчим часом суттєве поживлення вихо-

ду закордонних учасників на український ринок публічних закупівель, що неодмінно піде на користь як зарубіжним компаніям, які зможуть такими чином значно розширити ринок збуту на території України, так і українським замовникам, передусім, державним підприємствам, які матимуть змогу купувати якісну продукцію на найвигідніших ринкових умовах.

Отже, до основних проблем функціонування гуртових торговельних підприємств, слід віднести:

- відсутність чіткої стратегії функціонування на ринку;
- недостатність фінансових ресурсів;
- обмеженість складських приміщень та складської обробки товарів;
- низька спеціалізація;
- недостатній рівень відповідності послуг гуртових торговельних посередників вимогам основних клієнтів;
- недостатній рівень інформаційного забезпечення клієнтів ринку;
- слабка участь у формуванні іміджу вітчизняних товаровиробників на ринку.

Висновки. Гуртова торгівля є невід'ємною складовою інфраструктури ринку, яку необхідно регулювати. Для цього необхідно розробити загальнодержавну стратегію розвитку підприємств гуртової торгівлі. Крім того, необхідно розробити інноваційні проекти розвитку гуртових підприємств для формування товаропровідної мережі та зміцнення міжрегіонального співробітництва в обміні товарами. Реформування гуртової торгівлі має бути націлене на створення добровільних асоціацій гуртових, фінансових, інформаційних, наукових організацій; оновлення інфраструктури ринку у поєднанні з формуванням логістичних систем управління товаропотоками; використанні наукових методів прийняття ефективних управлінських рішень; впровадження сучасних інформаційних систем; використання глобальних мереж для гуртових продажів; підвищення рівня обслуговування. Переорієнтація гуртової торгівлі в цільовому і функціональному відношенні дозволить не тільки створити умови для поглиблення реформ в торгівлі, але і забезпечить стратегічну стабільність споживацького ринку в цілому.

Список літератури:

1. DataBank. World Development Indicators [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?Code=NY.GDP.MKTP>. CD&id=af3ce82b&report_name=Popular_indicators&populartype=series&ispopular=y – Назва з титул. екрану.
2. Алмосова В. Основні тенденції та перспективи розвитку оптової торгівлі в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=75089> – Назва з титул. екрану.
3. ТОП-10 українських найприбутковіших компаній оптової торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agravery.com/uk/posts/show/top-10-ukrainskih-najpributkovisih-kompanij-optovoi-torgivli>; <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=75089> – Назва з титул. екрану.
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. – Назва з титул. екрану.
5. Янчева Л.М. Теоретико-практичні аспекти управління комерційною діяльністю: монографія / Л.М. Янчева, Г.Г. Лисак, О.А. Круглова. – Х.: Вид-во І.С. Іванченка, 2016. – 210 с.
6. Апопій В.В. Організація торгівлі: Підручник; 2-ге видання., перероб. та доп. / В.В. Апопій, І.П. Міщук, В.М. Ребицький, С.І. Рудницький, Ю.М. Хом'як. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 632 с.
7. Сергеев В.И. Логистика снабжения: учебник для бакалаврата и магистратуры / В.И. Сергеев, И.П. Эльяшевич; под общ. ред. В.И. Сергеева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 523 с.
8. Оптові закупівлі в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://articles.tendergid.ua/ua/%D0%BE%D0%BF%D1%82%D0%BE%D0%B2%D1%96_%D0%B7%D0%B0%D0%BA%D1%83%D0%BF%D1%96%D0%B2%D0%B%D1%96_%D0%B2_%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96.html – Назва з титул. екрану.
9. Ільченко Н.Б. Оптимізація бізнес-процесів на підприємстві оптової торгівлі / Н.Б. Ільченко // Науковий вісник Херсонського державного університету. – Випуск 6. Частина 2. – 2014. – С. 170–174.

Кушнир О.К., Чаплинский В.Р.

Каменец-Подольский национальный университет имени Ивана Огиенко

ПЛАНИРОВАНИЕ ОПТОВЫХ ЗАКУПОК ТОВАРОВ У ЗАРУБЕЖНЫХ ФИРМ

Аннотация

В статье определено роль и значение оптовой торговли в Украине. Показана важность всех аспектов планирования при осуществлении оптовых закупок. Построена модель процесса оптовой закупки товаров в зарубежных фирмах. Проанализированы законодательные основы регуляции публичных закупок для органов государственной власти и заказчиков, которые осуществляют деятельность в отдельных отраслях ведения хозяйства.

Ключевые слова: оптовая торговля, планирование, закупка у зарубежных фирм, публичные закупки, организация оптовых закупок, внутренний рынок, сфера обмена, импорт.

Kushnir O.K., Chaplinskyi V.R.

Kamyanets-Podilsky Ivan Ohienko National University

PLANNING OF WHOLESALE PURCHASES GOODS IN FOREIGN COMPANIES

Summary

The article defines the role and importance of wholesale trade in Ukraine. The importance of all aspects of planning in the implementation of bulk purchases was shown. A model of the process of bulk purchasing of goods in foreign firms was constructed. The legislative base of regulation of public procurements for public authorities and customers engaged in certain spheres of economic activity was analyzed.

Keywords: wholesale, planning, purchasing in foreign companies, public procurement, wholesale procurement, domestic market, exchange, import.