

- Развитие предпринимательства в малых городах и поселениях: Регион. науч.-практ. конф.: [материалы]. – Бирск: Бирский филиал Уфимской государственной академии экономики и сервиса, 2006. – С. 72-75.
5. Джанджугазова Е.А. Маркетинг в индустрии гостеприимства: учеб. пособие для студ. вузов / Е.А. Джанджугазова. – М.: Академия, 2003. – 224 с.
 6. Кузнецова Н.М. Основы економіки готельного та ресторанного господарства: навч. посібник / Н.М. Кузнецова. – К., 1997.
 7. Зубарь Н.Н. Логистика в ресторанном хозяйстве: учеб. пособие для студ. вузов / Н.Н. Зубарь, М.Ю. Григорак. – К.: Центр учеб. лит-ры, 2010. – 336 с.
 8. Карсекин В.И. Оптимизация размещения предприятий общественного питания / В.И. Карсекин, В.С. Ковешников, А.А. Мазараки. – К.: Техніка, 1982. – 111 с.
 9. Проектирование заведений ресторанного хозяйства: учеб. пособие для вузов / Под ред. А.А. Мазараки. – К.: КНТЕУ, 2008. – 307 с.
 10. Менеджмент ресторанного хозяйства: учеб. пособие / Г.Т. Пятницкая [и др.]; под ред. Г.Т. Пятницкой. – К.: Киев. Нац. торг.-экон. ун-т, 2008. – 374 с.
 11. Пятницкая Г.Т. Менеджмент общественного питания: учебник для вузов / Г.Т. Пятницкая, Н.А. Пятницкая. – К.: Киев. нац. торг.-экон. ун-т, 2001. – 655 с.
 12. Кривошей В.В. Трудовий капітал ресторанного господарства: теорія та методологія: монографія / В.В. Кривошей. – Х.: ФОРТ, 2010. – 272 с.
 13. Кривошей В.В. Трудовий капітал ресторанного господарства: теорія та методологія управління: монографія / В.В. Кривошей. – Х.: ФОРТ, 2011. – 255 с.
 14. Кривошей В.В. Економічний механізм підвищення продуктивності праці в підприємствах ресторанного господарства: монографія / В.В. Кривошей, В.І. Оспіщев. – Х.: ХДУХТ, 2009. – 255 с.

УДК 658.7:339.37+658.0

Міщук І.П., канд. екон. наук, доц. (ЛКА, Львів)

ЗМІСТ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ І ПОТОКІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

У статті розглянуто логістичні процеси в комплексі логістичної діяльності підприємств роздрібноЇ торгівлі, визначено видове різноманіття та особливості основних видів логістичних потоків, що є об'єктами управління в системі логістики роздрібних торговців.

Ключові слова: *роздрібна торгівля, підприємство, логістика, діяльність логістична, потоки логістичні, процеси логістичні.*

Завершальною ланкою логістичних ланцюгів у переважній більшості випадків (за винятком так званих прямих поставок, коли товари доводяться до кінцевого споживача безпосередньо від виробничого чи оптового торговельного підприємства) є роздрібне торговельне підприємство, яке здійснює реалізацію

товарів населенню через мережу пунктів роздрібного продажу – магазинів, кіосків, торговельних павільйонів та ін. Саме в об'єктах роздрібної торговельної мережі відбувається суспільне визнання витрат праці та інших ресурсів, які були задіяні на всіх стадіях процесу виробництва і просування продукції (товару).

Як відомо, у сфері роздрібного продажу товарів маркетингова стратегія передбачає не лише продаж товарів, але й найбільш повне задоволення попиту покупців шляхом надання торгових послуг. Логістичний підхід до забезпечення цієї умови передбачає необхідність побудови інтегрованих логістичних ланцюгів, орієнтованих на забезпечення потреб споживачів шляхом тривалого співробітництва всіх задіяних виробників, торговельних посередників, інших провайдерів логістики. Тому для забезпечення ефективного розвитку підприємств роздрібної торгівлі потрібно визначити суть, зміст, особливості застосування теорії та інструментарію логістики в сфері роздрібної торгівлі та побудови відповідних логістичних систем з урахуванням специфіки логістичних потоків на підприємствах цієї галузі.

Основи науково-теоретичної бази логістики закладені провідними західноєвропейськими та американськими вченими, серед яких найбільш відомими є Д.Дж. Бауерсокс, Д. Вордлоу, Д. Вуд, Дж. Джонсон, Д.Дж. Клос, П.Р. Мерфімол, М.Р. Ліндерс, Х.Е. Фірон, Д.Р. Сток, Д.М. Ламберт. Теоретико-методологічні аспекти і практичний інструментарій логістики стосовно проблем економіки перехідного періоду відображені в працях Б.А. Анікіна, А.М. Гаджинського, Е.А. Голікова, М.Е. Залманової, Д.Д. Костоглодова, О.А. Новікова, Б.К. Плоткіна, В.М. Пурлік, В.І. Сергєєва, А.І. Семененко, А.А. Смехова та інших авторів. Дослідженнями проблем логістичної діяльності та формування логістичних систем в умовах ринкових трансформацій в Україні займаються Л.В. Балабанова, М.Ю. Григорак, Є.В. Крикавський, М.А. Окландер, Ю.В. Пономарьова, Н.І. Чухрай та ін.; при цьому питання формування логістичних систем у торгівлі та пошуку інструментів забезпечення ефективної логістичної діяльності підприємств торгівлі останнім часом найбільш системно досліджувалися у працях К. Ковальова, С. Уварова, П. Щеглова [1], Х.Г. Тонндорфа [2], Л.В. Фролової [3; 4]. Проте, у першій із названих робіт основна увага відводиться організації систем логістики підприємств роздрібної торгівлі мережевого типу, у другій – дослідження охоплюють не лише торговельні, але й промислові підприємства, натомість у монографіях Л.В.Фролової превалюють дослідження та аналіз фінансово-економічних аспектів і результатів логістичної діяльності торговельних підприємств. Таким чином, у відомих нам наукових джерелах недостатньо повно досліджено саме поняття логістики роздрібної торгівлі, змісту логістичної діяльності і специфіки логістичних процесів на роздрібних торговельних підприємствах, що є необхідним для формування теоретичної бази організації логістичних систем у галузі роздрібної торгівлі.

Метою статті є аналіз основних процесів торговельної діяльності роздрібного торговельного підприємства крізь призму концепції логістики, уточнення суті і завдань логістичної діяльності у цій ланці ланцюга постачань, визначення змісту логістичних процесів і видового різноманіття основних логістичних потоків і завдань їх організації.

Процес роздрібного продажу товарів у магазині (як провідному виді об'єктів роздрібної торговельної мережі), який традиційно є завершальною стадією логістичного ланцюга, включає такі ключові елементи (операції): пошук необхідного товару на торговельних об'єктах; пошук необхідного товару в торговому залі; вибір товару; реєстрація продажу й оплата товару. Під час виконання всіх цих операцій торговельне підприємство (персонал магазину) зобов'язане надавати покупцеві повну і точну інформацію, підтримувати стабільний (і в той же час – оновлюваний) асортимент товарів і високий рівень обслуговування. Це означає необхідність створення певної системи логістики роздрібної торгівлі, метою якої має бути забезпечення умов для зустрічі покупців з необхідними їм товарами (шляхом формування оптимального асортименту, який би найбільше відповідав попиту, створення достатніх товарних запасів, інформування покупців про магазин, товари та додаткові торгові послуги, які в ньому надаються та ін.), а також забезпечення процесу реалізації товарів необхідними засобами, знаряддями праці та системою комфорту.

Із позицій традиційного трактування мети логістики це означає забезпечення кожного визначеного споживача потрібним йому товаром потрібної якості у визначеній кількості шляхом роздрібного продажу в обумовленому місці у потрібний час із найменшими загальними витратами (які визначають мінімально можливий рівень роздрібної ціни) та з певним рівнем сервісу. Роздрібні торговці повинні забезпечувати можливість самої покупки необхідних покупцям певних товарів, можливість їх вибору з-поміж більшої кількості наявних у торговому залі певних товарів аналогічного призначення, можливість здійснення придбання такого товару в комфортних умовах. При цьому власне роздрібний торговець, магазин якого забезпечив такі умови, завдяки здійсненню відвідувачем даної покупки, отримує економічний результат у вигляді збільшення обсягів продажів та можливості досягнення вищої ефективності своєї торговельної діяльності.

Виходячи з вищезазначеного, логістика роздрібної торгівлі, на наш погляд, має розглядатися як окрема функціональна сфера логістики, що охоплює процеси організації, планування, реалізації, обліку, контролю та регулювання товарних, інших матеріальних, інформаційних, фінансових, сервісних і кадрових потоків із метою продажу товарів кінцевим споживачам (роздрібним покупцям), які, у свою чергу, утворюють потоки покупців, задоволення потреб (вимог) яких дозволяє реалізувати економічні інтереси як роздрібних торговців, так і всіх задіяних у відповідному логістичному ланцюгу суб'єктів господарювання.

Визначальним елементом у системі логістики підприємства роздрібної торгівлі є процес роздрібного продажу. Для того, щоб організувати і реально здійснювати процеси роздрібного продажу товарів, роздрібний торговець (юридична особа – роздрібне торговельне підприємство або фізична особа – СПД), що володіє певними торговельними об'єктами, повинен володіти (і забезпечити наявність у кожному пункті продажу товарів) відповідними економічними ресурсами, тобто потрібно забезпечити закупівлю і регулярне надходження в магазини елементів вхідних товарних, кадрових, інформаційних, фінансових та інших потоків; у той же час вирішальну роль в системах логістики роздрібної

торгівлі відіграє потік покупців, адже від того, скільки відвідувачів магазинів чи інших торговельних об'єктів роздрібно-торгівельної мережі закінчить своє відвідування процесом придбання товару, залежать не лише економічні результати роздрібного торговця, але й інтенсивність логістичного процесу в цьому магазині (кіоску, торговому павільйоні), зокрема, обсяги та частота замовлення на поповнення товарного потоку для даного пункту продажу на майбутній період, кількість та потужності торговельного обладнання, що застосовується, чисельність продавців тощо.

Логістичний процес у роздрібній торгівлі (рисунок 1) розпочинається з організації вхідних потоків покупців завдяки залученню покупців шляхом рекламно-інформаційної роботи, розповсюдження інформації про наявність торговельних об'єктів, що існують (відкриття нових) їх асортимент, додаткові послуги та ін.

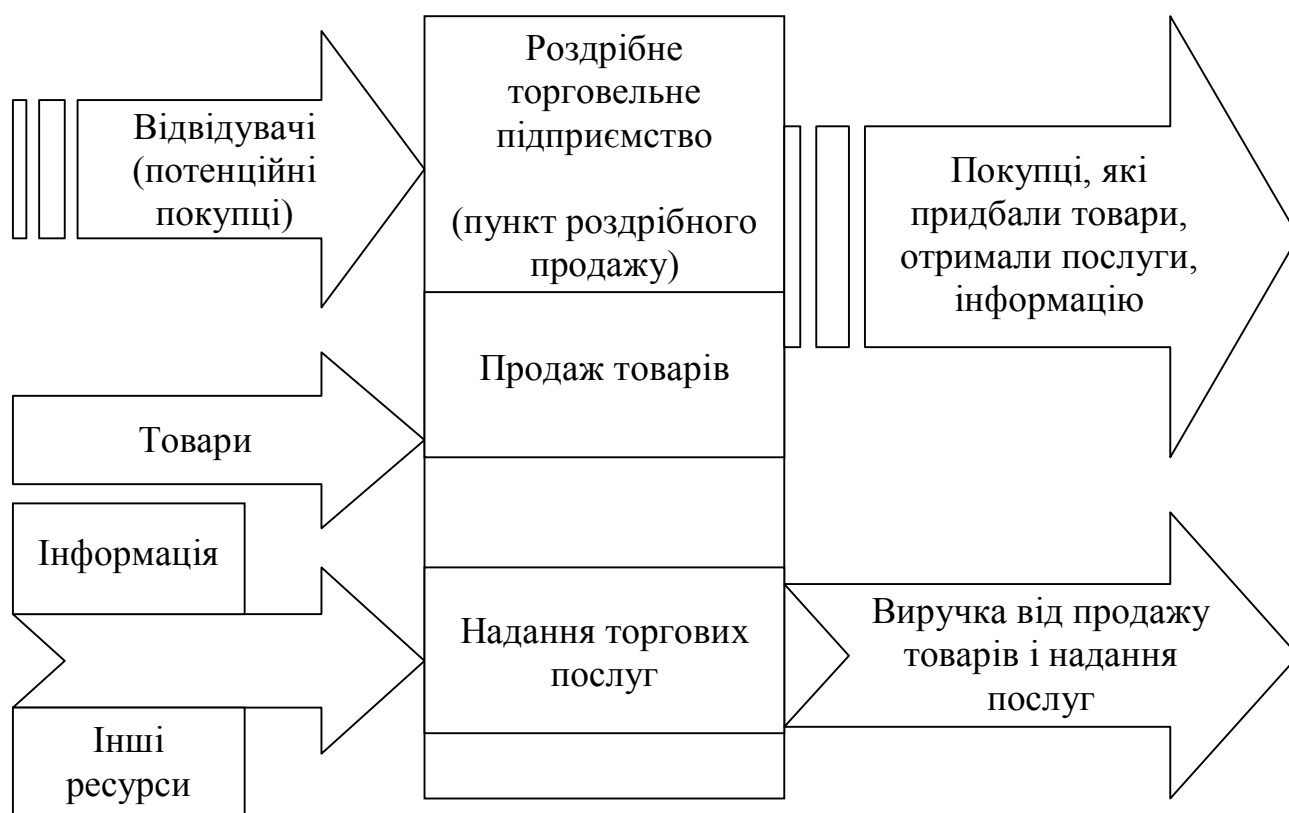


Рисунок 1 – Логістичний процес роздрібного торговельного підприємства (принципова схема)

Об'єднання та перетворення всіх економічних потоків у роздрібній торгівлі спрямоване на отримання прибутку роздрібного торговця від його торговельної діяльності в результаті продажів, що відбулися, а також надання супутніх торгових послуг. Не менш важливим, ніж отримання прибутку, для роздрібного торговця є формування вихідного потоку покупців, задоволених покупками та отриманими послугами, завдяки чому вони перетворюються у лояльних, постійних партнерів саме даного роздрібного торговця, і в такий спосіб створюються передумови для стабільного надходження грошей і формування прибутку.

ку цього суб'єкта господарювання (і всіх його партнерів за логістичним ланцюгом) в майбутньому.

Як і в усіх інших логістичних процесах, в інтегрованих логістичних ланцюгах, в роздрібній торгівлі існує проблема згладжування стиків у моменти переходу економічних потоків від однієї ланки логістичного ланцюга до іншої. У роздрібній торгівлі найбільш проблемними слід вважати точки стику «постачальник-торговий зал» і «торговий зал – покупець». Перший із цих проблемних вузлів пов'язаний із формуванням і підтриманням адекватного попиту потенційних споживачів асортименту товарів і комплексу послуг, що повинно вирішуватися інструментами закупівельної логістики, при цьому тісне співробітництво всіх партнерів з логістичного ланцюгу може привести до точного виявлення і повного виконання побажань і запитів кінцевих споживачів.

Закупівельна логістика для роздрібного торговця є насамперед комплексом логістичної діяльності, пов'язаної з формуванням і реалізацією руху вхідних матеріальних (насамперед, товарних) і пов'язаних із ними інформаційних, фінансових, сервісних та інших потоків, необхідних для забезпечення кожного об'єкта роздрібно-торговельної мережі цього суб'єкта господарювання товарами, пакувальними матеріалами, обладнанням, торговим інвентарем, іншими ресурсами. При цьому метою закупівельної логістики роздрібного торговця є така організація вхідних потоків зазначених ресурсів, яка б дозволяла забезпечувати потреби кожного пункту роздрібного продажу товарів відповідно до динамічних змін попиту, що обслуговується населення за умови оптимізації витрат, необхідних для безумовного дотримання комплексу вимог логістики («потрібний товар визначеної якості у потрібній кількості має бути доставлений в обумовлене місце у визначений час із мінімальними загальними витратами за потрібного рівня сервісу»). Завданням служби логістики роздрібного торговця є визначення таких параметрів вхідних товарних, інформаційних, сервісних та інших потоків, які дозволять в подальшому реально сформувати вихідний потік товарів із параметрами, найбільш адекватними до випадкових і нерегулярних запитів покупців.

У комплексі закупівельної логістики роздрібного торговця повинні вирішуватись наступні блоки завдань: створення системи управління вхідними ресурсними потоками; узгодження вхідних ресурсних потоків підприємства з внутрішніми (та в подальшому вихідними) потоками; управління інформаційними потоками, пов'язаними із закупівлями; управління фінансовими, сервісними і кадровими потоками, пов'язаними із закупівлями. Так, для створення системи управління вхідними ресурсними потоками роздрібному торговцю потрібно: 1) визначити стратегію закупівельної логістики відповідно до місії підприємства; 2) провести аналіз потреб у відповідних ресурсах та розрахувати диференційовану в часі потребу в них у розрізі асортименту і кількості; 3) сформувати закупівельну політику, у т.ч. щодо вибору джерел постачання, методів закупівель, способів доставки; 4) вибрати конкретних постачальників і встановити з ними раціональні логістичні зв'язки шляхом укладання договорів, визначення умов угод тощо. Узгодження вхідних ресурсних потоків підприємства з внутрішніми (та в подальшому вихідними) потоками забезпечується шляхом:

організації замовлення і завезення товарів (інших ресурсів) на основі координування з постачальниками графіків, термінів постачань; контролю вхідного потоку (контроль кількості, якості, термінів постачань); оцінювання постачальників (із точки зору виконання постачальниками умов договорів), їх розвитку; приймання, розміщування і підготовки до використання в торговому процесі отриманих товарів; участі в процесах управління запасами товарів (інших ресурсів), поверненні постачальникам неякісних та/або незапобованих ресурсів; оцінки результатів закупівельної діяльності, коригування закупівельної політики.

Однією з основних проблем закупівельної логістики роздрібногo торговця є забезпечення безперебійного товаропостачання пунктів продажу товарів за мінімальних запасів ресурсів, що використовуються насамперед, товарних. Тому в системі логістики роздрібногo торговця важливу роль відіграє логістична діяльність з управління запасами товарів шляхом розроблення та впровадження найбільш адекватної системи управління запасами, а також комплекс логістичних операцій, пов'язаних із рухом товарних потоків у внутрішньому просторі торговельного об'єкта, у межах операційних приміщень для приймання, зберігання, підготовки товарів до продажу (із певною мірою умовності ці операції можна віднести до внутрішньовиробничої логістики торговельного підприємства) та рухом товарних потоків у часі (зберігання товарів), що обумовлює необхідність використання інструментарію складської логістики.

Натомість другий проблемний вузол пов'язаний з оптимізацією руху економічних потоків на етапі роздрібногo продажу таким чином, щоб у результаті здійснювалася максимально можлива кількість актів продажу за умови забезпечення оптимального рівня обслуговування покупців. Для цього необхідно врахувати специфіку кожного з економічних потоків, який використовується, споживається, трансформується чи генерується роздрібним торговельним підприємством.

Центральне місце в системі логістики роздрібної торгівлі займають потоки покупців, від інтенсивності яких та можливостей кожного магазину чи іншого пункту роздрібногo продажу товарів організувати їх ефективне обслуговування, що завершується здійсненням покупки, залежить успіх роздрібногo торговця. При цьому на характер і розміри потоків покупців визначальний вплив відіграє розташування кожного пункту роздрібногo продажу на території міста чи сільського адміністративного району, оскільки для значної частини населення вкрай важливими є економія витрат зусиль і часу, а вигідне розташування передбачає зручності проїзду до пункту роздрібногo продажу, наявність поблизу торговельних підприємств іншого профілю та ін. [5].

Для формування ефективної системи логістики потоки покупців необхідно досліджувати, зокрема, щодо їх інтенсивності (загалом, за сезонами, місяцями, тижнями, днями тижня, годинами робочого дня), структури (у розрізі груп відвідувачів, класифікації покупців тощо), тривалості перебування в торговому залі, особливостей руху в межах торгового залу магазину. Питання правильної організації потоків покупців у торгових залах магазинів, їх оптимізації є предметом дослідження не лише логістики роздрібної торгівлі, але й мерчендайзингу [6; 7].

Із потоками покупців у роздрібному торговельному підприємстві найбільш тісно пов'язані матеріальні, у першу чергу, товарні потоки, які в межах відповідної мікрологістичної системи розпочинають свій рух від моменту надходження товарів від постачальників, продовжують його шляхом виконання комплексу логістичних операцій вивантажування з транспортного засобу, внутрішньомагазинного переміщення, зберігання, розпаковування та ін. і подання до торгового залу для розміщування та викладання на торгово-технологічному обладнанні і завершують завдяки виконанню операцій із відбору товарів (покупцем чи продавцем), відміряння (у випадку потреби), упакування і відпуску покупцеві в момент продажу та розрахунку за товар. Поряд із цим у практиці роботи роздрібних торговельних підприємств товарні потоки можуть змінювати свою спрямованість, зокрема, у тих випадках, коли нереалізовані протягом обумовленого часу товари повертаються постачальникові або за повернення зайво поставлених, недоброякісних, незамовлених товарів. У такому випадку виникають так звані зворотні товарні потоки, які викликають виникнення у задіяних у логістичному ланцюгу суб'єктів зайвих витрат (зокрема, витрат на виявлення товарів, що підлягають поверненню, витрат на зв'язок із постачальником, витрат на документальне оформлення товарів, що повертаються, витрат на упакування і транспортування товарів).

Для формування систем логістики роздрібної торгівлі об'єктивно необхідною умовою є врахування інтенсивності товарних потоків, їх структури, особливостей організації та специфіки руху в межах торговельних будівель, адже ці чинники безпосередньо впливають на визначення потреби в торговельній площі та площі для зберігання товарів у магазині, розрахунок кількості окремих видів торгово-технологічного обладнання, встановлення оптимальної кількості торговельних працівників (за категоріями персоналу) для виконання логістичних операцій у магазині тощо. Таким чином, товарний потік безпосередньо впливає на параметри таких різновидів економічних потоків у роздрібних торговельних підприємствах, як потоки обладнання та кадрові потоки, а також значною мірою визначає роботу підсистем логістики роздрібної торгівлі, що забезпечують, – складської і транспортної підсистеми.

Окремо варто відзначити наявність достатньо тісного зв'язку та взаємобумовленості між товарним і тарним потоками, який утворюється завдяки надходженню до магазинів та інших пунктів роздрібного продажу товарів, транспортабельність яких досягається завдяки використанню тари та пакувальних матеріалів. В магазинах логістичні операції з тарою та пакувальними матеріалами утворюють окреме відгалуження від основного торгово-технологічного процесу, яке завершується формуванням вихідного зворотного потоку тари та здійсненням операцій повернення тари постачальникам або на тарозбиральні підприємства.

Інформація про рух товарів на підприємствах роздрібної торгівлі є інформаційним потоком кожного магазину (іншого пункту роздрібного продажу товарів) і в основному фіксується в таких документах, як товарно-транспортні накладні, рахунки-фактури, інші прихідно-розхідні документи на товари і тару, акти, довідки, реєстри, ордери, товарні звіти, звіти про рух товарів, касові звіти

та ін., на підставі яких різними службами підприємства робляться записи в товарних книгах, журналах вибірки товарів у розрізі товарних груп, книгах обліку надходження товарів від конкретних постачальників тощо. Інформаційні потоки в межах роздрібного торговельного підприємства та на рівні кожного торговельного об'єкта формуються шляхом оперативного збирання, оброблення, зберігання і перетворення інформації про рух потоків товарів у процесі товаропросування за участю даного роздрібного торговця в його організаційних межах (або навіть поза ними).

Управління товарними потоками в системі логістики роздрібного торговця повинно базуватися на виконанні таких основних процесів: інформаційна підтримка логістичних за своєю суттю операцій із товарними потоками – надходження товарів від постачальників (виробників, оптових торговців, зі складів роздрібної торгівлі), розукрупнення партій товарів, комплектування, інвентаризація, внутрішньомагазинне переміщення тощо; організація обліку товарно-матеріальних цінностей у поєднанні з автоматичним відстежуванням процесів надходження товарів до магазинів (інші об'єкти роздрібної торговельної мережі), їх реалізації, термінів зберігання товарів (для недопущення втрат товарів через прострочування строків їх реалізації); автоматичне формування вхідних і вихідних платежів у графіки оплати й отримання інформації про оплату рахунків і накладних контрагентами торговельного підприємства (у випадках реалізації товарів у порядку дрібного опту); розподіл товарної маси на складах роздрібної торгівлі та в магазинах у розрізі окремих партій; створення можливостей для застосування різних методів ціноутворення під час розрахунку ціни товару; автоматичні проведення з оприбуткування товарів, відхилень, браку і порушень асортименту; автоматичне переведення кількості товарів з однієї одиниці виміру в іншу; організація процесу товаропостачання на основі єдиного інформаційного потоку та на базі сучасних методологій, які б забезпечували динамічне балансування реалізації та закупівель на підприємстві роздрібної торгівлі.

Рух товарного потоку в умовах економіки ринкового типу супроводжується відповідним рухом коштів, пов'язаних з оплатою партій товарів, інших матеріальних цінностей, послуг логістичних посередників, отриманням грошей від покупців, сплатою податків та інших платежів тощо, тобто рухом фінансового логістичного потоку. Фінансовий логістичний потік, під яким традиційно розуміють сукупність фінансових засобів, що циркулюють в логістичній системі підприємства роздрібної торгівлі та між цією системою і зовнішнім середовищем, необхідних для забезпечення руху товарного потоку, обслуговує процеси переходу прав власності та переміщення у просторі та в часі матеріальних ресурсів, а також рух сервісного потоку (наприклад - оплата послуг транспортних підприємств за перевезення товарів та експедиційні послуги, що надаються). Фінансовий потік роздрібного торговельного підприємства складається з розподілених у часі надходжень і виплат коштів, які генеруються в процесі торговельно-господарської діяльності роздрібного торговця; при цьому завданням ефективного управління фінансовим потоком є його збалансування за видами, обсягами, термінами, іншими характеристиками, а також нарощування чистого грошового потоку.

У комплексі логістичних потоків роздрібного торговельного підприємства в сучасних умовах важлива роль належить сервісному потоку, який охоплює сукупність послуг, що: а) надаються роздрібним торговцем споживачам товарів; б) надаються даному торговцеві в логістичному ланцюгу іншими його учасниками; в) надаються даним торговцем іншим учасникам логістичного ланцюга; г) надаються і споживаються різними структурними підрозділами та службами цього підприємства у формі внутрішньофірмового потоку логістичних послуг. Завданням сервісної логістики на підприємствах роздрібної торгівлі є управління потоками логістичних послуг, а також пов'язаними з ними матеріальними, інформаційними, фінансовими, кадровими потоками, для надання зовнішнім та внутрішнім споживачам можливості отримувати ці послуги відповідно до концепції логістики.

Існування будь-якого з вищезазначених логістичних потоків забезпечується не лише завдяки наявності в логістичній системі певного виду ресурсів, але й за умови виконання над сукупністю цих елементів певних логістичних операцій персоналом, залучених до логістичного ланцюга суб'єктів господарювання. Це визначає ключову роль кадрів у логістичних процесах і необхідність актуалізації питань управління кадровими потоками в підприємствах роздрібної торгівлі.

Виходячи з цього, метою управління кадровими потоками на роздрібних торговельних підприємствах має бути забезпечення підприємства потрібними кадрами необхідної кваліфікації у визначений час (відповідно до поточної та перспективної потреби в персоналі) у необхідній кількості в потрібному місці (для виконання конкретних робіт у визначених структурних підрозділах підприємства) із найкращими з точки зору співвідношення «результат/витрати» витратами на оплату праці та іншими витратами з утримання персоналу.

Зазначене різноманіття економічних потоків разом із сукупністю структурних підрозділів, будівель, споруд, окремих операційних зон торговельного об'єкта, що належить роздрібному торговцеві, і комплексом наявних у них технічних засобів, які забезпечують приймання, освоєння, трансформування і генерацію матеріального (насамперед товарного) потоку шляхом виконання над ним відповідних логістичних операцій, формують основу логістичної системи роздрібного торговця як об'єкта управління.

Управління економічними потоками на роздрібному торговельному підприємстві та в кожному окремому магазині (іншому пункті роздрібного продажу товарів) повинне базуватися на оперативному обліку, контролі та аналізі інформації про рух товарних та інших матеріальних потоків, інформаційних, фінансових, сервісних, кадрових потоків і включати низку управлінських операцій з організації доведення товару до покупця шляхом застосування комплексу сучасних технічних засобів і використання адміністративних, організаційних та економіко-математичних методів управління цими процесами за фінансовими критеріями.

Вирішення цього завдання доцільно забезпечувати з допомогою операційних систем, тобто тих, що реалізуються на основі комп'ютерної техніки систем оперативного отримання, фіксації та оброблення документальної та опера-

тивної інформації про комплекс певних процесів діяльності підприємства або загалом його господарсько-торговельну діяльність з метою прийняття необхідних управлінських рішень, спрямованих на вибір оптимальних варіантів здійснення цих процесів або діяльності. У цих системах застосовуються традиційні методики та алгоритми розрахунку потреб в основних факторах виробництва, визначення тривалості певних фаз, стадій та окремих елементів (процесів) виробничо-комерційного циклу, узгодження місця і часу їх виконання та ін.

Як операційні системи у сфері логістичної діяльності зарубіжними та вітчизняними підприємствами використовуються операційні системи «MRP», «Kanban», «OPT», «DRP», «ERP» та ін. У вітчизняній літературі ці системи визначаються як «логістичні системи», що, на наш погляд є, невірним, адже ці операційні системи, зокрема «ERP», уже давно й успішно використовуються не лише для цілей управління матеріальними потоками, але й для аналізу та управління іншими сферами діяльності суб'єктів господарювання. Разом із тим, як свідчить досвід багатьох роздрібних торговців, повноцінне використання можливостей таких операційних систем у більшості вітчизняних торговельних підприємств є проблематичним та занадто дорогим, а тому знаходить застосування передусім у корпоративних торговельних мережах [8].

Тому перед керівниками і власниками підприємств роздрібної торгівлі одним із найбільш складних та нагальних завдань є проблема створення ефективною системи логістики на основі використання менш дорогих програмних продуктів і сучасних технічних засобів, доступних для більшості роздрібних торговців із точки зору вартості їх придбання та експлуатації.

Висновки. Процес управління логістичною системою підприємства роздрібною торгівлю має базуватися на зборі інформації про керований об'єкт як систему логістичних потоків та процесів, її аналізі, підготовці і прийнятті управлінських рішень, а також організації виконання цих рішень та контролю їх ефективності.

Перспективи подальших досліджень у цьому напрямку, пов'язані з пошуком ефективних інструментів управління комплексом логістичної діяльності роздрібних торговельних підприємств, адаптованих до специфіки виконання логістичних процесів у галузі роздрібною торгівлі та у сфері міжгалузевої взаємодії.

Список літератури

1. Ковалев К. Логистика в розничной торговле: как построить эффективную сеть / К. Ковалев, С. Уваров, П. Щеглов. – СПб.: Питер. – 272 с.
2. Tonndorf H.G. Logistyka w handlu i przemyśle / H.G. Tonndorf. – Krakow: Wyd. profesjonalnej szkoły biznesu, 1998. – 96 s.
3. Фролова Л.В. Механізми логістичного управління торговельним підприємством: монографія / Л.В.Фролова. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2005. – 322 с.
4. Фролова Л.В. Логістичне управління торговельним підприємством: теоретико-методологічні аспекти: монографія / Л.В. Фролова. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2004. – 261 с.
5. Леви М. Основы розничной торговли: [пер. с англ.] / М. Леви, Б.А. Вейтц. – СПб.: Питер, 1999. – 448 с.

6. Веллхофф А. Мерчандайзинг: эффективные инструменты и управление товарными категориями: [перев. изд.] / А. Веллхофф, Ж.Э. Массон. – М.: Издат. дом Гребенщикова, 2004. – 274 с.
7. Мельник І.М. Мерчандайзинг: навч. посібник. / І.М. Мельник, Ю.М. Хом'як. – К.: Знання, 2009. – 309 с.
8. SAP СНГ. Решения SAP для планирования ресурсов предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sap.com/cis/campaign/2010_01_CROSS_BI_ERP_GENERAL/index.epx>.

УДК 658.784:658.87

Олініченко К.С. (ХДУХТ, Харків)

ПОРЯДОК ФОРМУВАННЯ ТОВАРНИХ ЗАПАСІВ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто фактори, які впливають на формування товарних запасів, і виявлено основні напрямки їх використання на підприємствах роздрібної торгівлі.

Ключові слова: *запаси, товарні запаси, товарна маса, товарні ресурси.*

Розмір товарних запасів, що знаходяться в торговому залі підприємства, повинен забезпечити представницьке викладення всього асортименту товарів, що є в наявності; свободу покупців у вивченні властивостей, характеристик товару та їх вибору, естетичний дизайн торгового залу та його привабливість для покупців. Чим більше площа торгового залу, тим більший обсяг товарних запасів має знаходитися безпосередньо в ньому. Істотний вплив створює і форма торговельного обслуговування. За умови самообслуговування і потреба в товарних запасах, що знаходяться в торговому залі, вище, ніж у разі обслуговування через прилавок.

Наявність у торговельного підприємства розвиненої складської мережі, оснащеної сучасним устаткуванням для зберігання товарів, має обмежувальний характер і визначає максимально можливий обсяг запасів товарів. Він визначає можливість підприємства акумулювати великий обсяг запасів, створювати широкий асортимент товарів, забезпечувати належні умови для збереження запасів та їх якості.

Усі ці обставини вимагають нових підходів до порядку формування товарних запасів торговельних підприємств.

Дослідженню питання формування товарних запасів у роздрібній торгівлі присвячено праці багатьох відомих вітчизняних і зарубіжних вчених: Н.О. Влазової, О.А. Круглової, Л.І. Безгінової, І.О. Бланка, В.Г. Бурмистровим, Л.О. Лігоненко, В.С. Марциною, Г.В. Савицькою, Д.Н. Ничипор, Н.М. Ушакової та ін. Проведене дослідження виявило недостатність розробленість.

Формування товарних запасів підприємства залежить від впливу численних факторів. Різноманітність останніх, різниця в характері, напрямках і формах її виявлення викликають необхідність їх систематизації. Актуальність сис-