

Сьотка Тетяна
студентка 4 курсу спеціальності 076 «Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність».
Науковий керівник: **Коваль Н.В.**,
к.е.н., доцент кафедри економіки, підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності
Подільський державний аграрно-технічний університет,
м. Кам'янець-Подільський

ОПТИМІЗАЦІЯ ЗАКУПІВЕЛЬ ТА ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Формування асортименту – це процес підбору та встановлення номенклатури товарів, що відповідає попиту покупців і забезпечує високу прибутковість роботи торговельного підприємства. Однією з найважливіших умов безперервного постачання роздрібною торговельною мережі товарами, що задовольняють попит кінцевих споживачів, є створення оптимального асортименту товарів на підприємствах оптової торгівлі. Принципи формування асортименту зображено на рисунку 1.



**Рис. 1. Принципи формування асортименту товарів
на підприємствах оптової торгівлі**

Специфічні фактори відображають конкретні умови роботи даного торговельного підприємства. До них відносяться: тип і розмір магазину, технічна оснащеність, умови товаропостачання, чисельність і склад населення, що обслуговується, транспортні умови, наявність інших роздрібних торгових підприємств у зоні діяльності даного магазину.

Основним фактором, що впливає на формування асортименту, є

купівельний попит, який спрямований на максимальне задоволення попиту населення і разом з тим на активний вплив на розширення асортименту.

Істотні зміни в попиті повинні супроводжуватися змінами в сформованому асортименті. Процес формування асортименту товарів на складах оптових підприємств складається з наступних етапів (рис. 2).

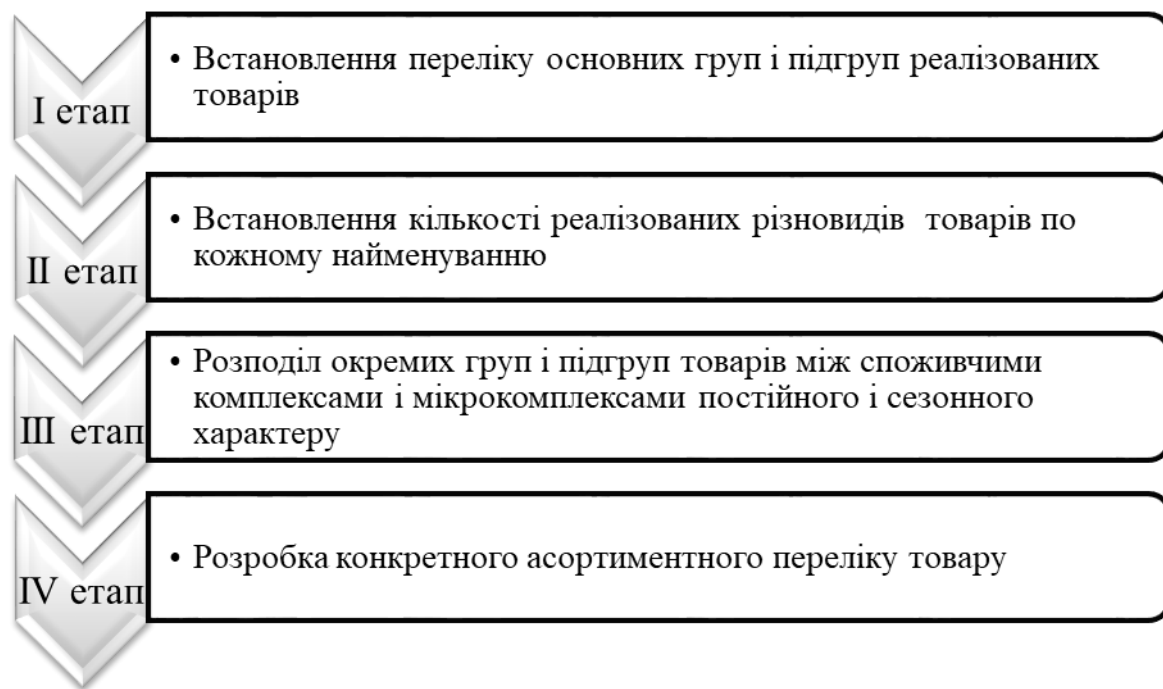


Рис. 2. Процес формування асортименту товарів

Асортиментний перелік є основним інструментом, за допомогою якого здійснюється регулювання асортименту товарів на оптових підприємствах. У нього включається перелік найменувань товарів, що відповідає встановленій широті асортименту, і мінімально необхідна кількість різновидів товарів, що постійно повинні бути на складі. В них варто передбачити групову і внутрішньогрупову структуру, а також основні та додаткові ознаки різновидів товарів.

Разом з тим, при розробленні обов'язкового асортиментного переліку слід виходити з необхідності: забезпечення рентабельної роботи підприємства; товаропостачання роздрібною торговельною мережі широким асортиментом товарів; наявності обігових коштів для закупівлі товарів та можливостей залучення кредитів.

Необхідність здійснення контролю за повнотою і стабільністю асортименту товарів в оптових підприємствах визначає основну мету розробки асортиментних переліків. Результати перевірок за дотриманням асортименту товарів на оптовому підприємстві щораз повинні аналізуватися для вживання необхідних заходів по відновленню незнижуваних запасів окремих різновидів товарів, а аналіз асортименту повинен бути використаний при складанні договорів на постачання товарів у наступному році [3].

Контроль за наявністю на оптовому підприємстві товарів відповідно до асортиментного переліку здійснюють товарознавці-комерсанти. Для цього використовуються картки кількісно-сумового обліку, що зведені в картотеки для кожної товарної групи. Найбільш ефективний цей метод контролю може бути здійснений із застосуванням персональних комп'ютерів з відповідним програмним забезпеченням.

Мета організації в галузі асортименту – формування реального і прогнозованого асортименту, що максимально наближається до раціонального для задоволення потреб і одержання запланованого прибутку. Для цього повинні бути вирішені наступні завдання та основні напрямки (рис. 3).

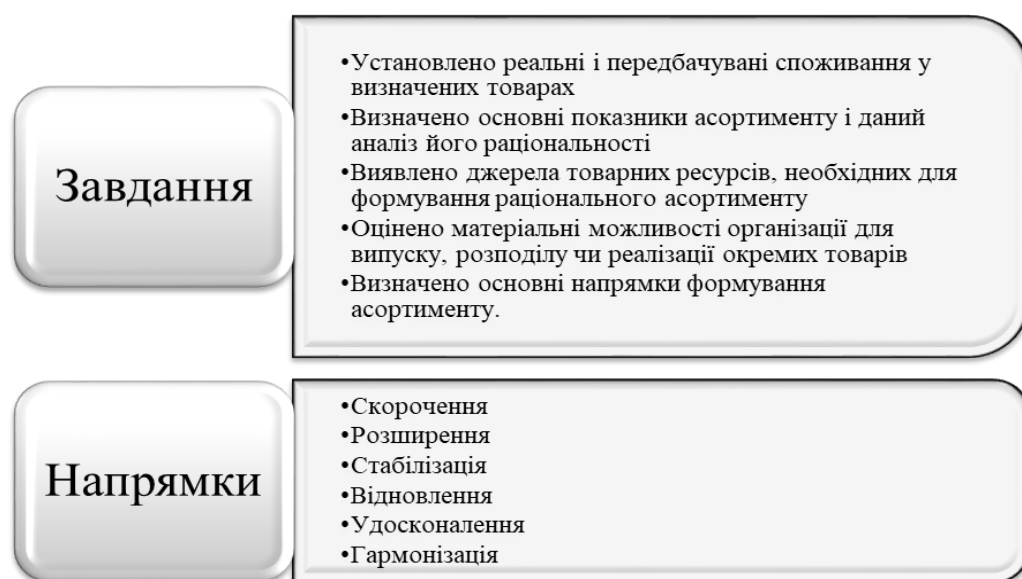


Рис. 3. Основні завдання та напрямки в галузі формування асортименту

Для забезпечення безперервності процесів виробництва обігу і споживання необхідні товарні запаси. Основне призначення товарних запасів в оптовому підприємстві – обслуговування потреби в товарах своїх покупців, а в роздрібних торговельних підприємствах – забезпечення стійкої пропозиції товарів з урахуванням купівельного попиту. Причому пропозиція товарів повинна бути виражена у вигляді сформованого асортименту для даного типу торговельного підприємства. Асортимент товарів в оптовому підприємстві є вихідним, відправним моментом для створення товарних запасів та управління ними.

Основне завдання управління товарними запасами – не допустити перебоїв у товаропостачанні магазинів товарами своєї номенклатури та запобігання затоваренню. Управління товарними запасами на товарних базах передбачає: встановлення оптимального обсягу товарів; оперативний облік запасів і контролю за їх станом; регулювання товарних запасів.

Отже, керувати товарними запасами – означає планувати визначений обсяг і структуру запасів відповідно до поставленого перед торговельною організацією цілей і контролювати, щоб товарні запаси постійно відповідали встановленим критеріям. Керування повинне бути систематичним. Наслідком занадто великих запасів є зменшення товарооборотності, оборотності капіталу і зменшення прибутку. Крім того, це підвищує і витрати обігу, тому що збереження товарів вимагає певних витрат; підвищити обґрунтованість рішень, прийнятих щодо закупівлі товарів. Знаючи, які товари підприємство має у розпорядженні зараз і володіючи інформацією про темпи реалізації різних найменувань і різновидів товарів, про попит на них, комерсанти мають базу, на якій можуть засновувати свої рішення щодо оптимізації асортименту.

Список використаних джерел

1. Апопій В. В., Міщук І. П., Рудницький С. І., Хомсяк Ю. М. Теорія та практика торговельного обслуговування: навч. пос. К.: ЦНЛ, 2005. 496 с.
2. Апопій В. В., Міщук І. П. Організація торгівлі: підручник; за ред.

В.В. Апопія. К.: ЦУЛ, 2009. 632 с.

3. Гончаров П. Г., Егоров П. Г., Жданова С. Д. Организация торговли продовольственными товарами: учебник для торговых вузов. М.: Экономика, 1989. 335 с.

4. Гончар Л. А. Організація торгівлі: конспект лекцій. Дніпропетровськ: ДУ ім. А. Нобеля, 2012. 120 с.

5. Голошубова Н. О. Організація торгівлі : підр. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 680 с.

6. Леві М., Вейтц Б. А. Основи роздрібної торгівлі: пер. з англ. СПб: Пітер, 1999. 192 с.

Типа Олена
студентка 1 курсу спеціальності
072 Фінанси, банківська справа та страхування
Науковий керівник: **Мушеник І.М.**
к.е.н., доцент кафедри математичних дисциплін,
інформатики і моделювання
Подільський державний аграрно-технічний університет,
м. Кам'янець-Подільський

ІНОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ

Аграрний сектор (сільське господарство, харчова і переробна промисловість) посідає важливе місце в економіці суспільства. Він забезпечує продовольчу та екологічну безпеку та продовольчу незалежність країни, формує значну частку валового внутрішнього продукту та фонду споживання населення, є одним з основних бюджетотворюючих складових національної економіки. Від розвитку аграрного сектору залежить нормальне функціонування всього господарства країни та добробут людей.

Особлива роль аграрного сектору в соціально-економічному житті країни обумовлюється унікальним поєднанням сприятливих природнокліматичних умов та геостратегічним положенням, спроможністю України зайняти вагомe місце на міжнародному продовольчому ринку.