

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра товарознавства та митної справи

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«Оцінка безпечності електромеханічних іграшок та організація їх
постачання»**

Студента 2 курсу 6м групи,
спеціальності 076

«Підприємство, торгівля та
біржова діяльність»
спеціалізації

«Товарознавство та комерційна логістика»

Соколова Яна
Валентиновича

Науковий керівник
к. т. н., доц.

Глушкова Тетяна
Геннадіївна

Науковий консультант
к. е. н., доц.

Лиса Світлана
Сергіївна

Гарант освітньої програми
д. т. н., проф.

Сидоренко Олена
Володимирівна

Київ 2018

АНОТАЦІЯ

Соколов Я. В. Оцінка безпечності електромеханічних іграшок та організація їх постачання (за матеріалами ПрАТ «Дитячий світ Київ»). – КНТЕУ. – 2018.

У випускній кваліфікаційній роботі розглянуто сучасний стан та перспективи розвитку ринку іграшок, проаналізовано законодавчо-правові та нормативні документи щодо безпечності і якості іграшок, розглянуто теоретичні засади постачання іграшок. Також визначено організацію, об'єкти, та методи досліджень, проведено оцінку асортименту електромеханічних іграшок на підприємстві ПрАТ «Дитячий світ Київ», проведено виявлення переваг споживачів, щодо асортименту та якості електромеханічних іграшок та досліджено їх показники якості та безпечності, проведено оцінку конкурентоспроможності електромеханічних машинок. Крім того було детально розглянуто та проаналізовано організацію постачання електромеханічних іграшок на ПрАТ «Дитячий світ Київ», проведено оцінку економічної ефективності організації постачання на засадах логістики підприємства. Запропоновані рекомендації, щодо удосконалення процесу постачання іграшок, які мають практичне значення для розвитку і вдосконалення діяльності підприємства.

Ключові слова: Оцінка безпечності, якість іграшок, ринок іграшок, електромеханічні іграшки, організація та постачання іграшок, електромеханічні машинки.

SUMMARY

Sokolov Y. V. Assessment of the safety of electromechanical toys and the organization of their supply (according to the materials of PJSC "Ditachiy svit Kyiv") - KNUTE - 2018.

In the final qualification work the current state and prospects of the market of toys development are analyzed, legislative-legal and normative documents on safety and quality of toys are analyzed, the theoretical principles of toys supplying are considered. The organization, objects and methods of research were also determined, an estimation of the range of electromechanical toys was made at the PJSC "Ditachiy svit Kyiv", the identification of the consumers' preferences regarding the range and quality of electromechanical toys and their quality and safety indicators were investigated, and the evaluation of the competitiveness of electromechanical machines . In addition, the organization of supplying electromechanical toys to PJSC "Ditachiy svit Kyiv" was considered in detail and analyzed, and the economic efficiency of supply organization based on the principles of enterprise logistics was evaluated. Proposed recommendations for the improvement of the process of supplying toys that are of practical importance for the development and improvement of the enterprise.

Key words: safety assessment, quality of toys, toys market, electromechanical toys, organization and supply of toys, electromechanical machines.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1.Теоретико-методологічні засади оцінки якості та організація постачання електромеханічних іграшок.....	11
1.1 Стан та перспективи розвитку ринку іграшок в Україні.....	11
1.2 Аналіз законодавчо-правових та нормативних документів щодо безпечності та якості іграшок.....	16
1.3 Чинники формування та збереження якості електромеханічних іграшок.....	22
1.4 Теоретичні засади організації постачання іграшок торговельного підприємства.....	25
РОЗДІЛ 2.Товарознавча оцінка електромеханічних машинок.....	35
2.1 Організація, об'єкти та методи досліджень.....	35
2.2 Товарознавча оцінка асортименту електромеханічних машинок в ПрАТ «Дитячий світ Київ».....	39
2.3 Виявлення переваг споживачів щодо асортименту та якості електромеханічних машинок.....	46
2.4 Дослідження показників якості та безпечності електромеханічних машинок.....	53
2.5 Оцінка конкурентоспроможності електромеханічних машинок.....	58
РОЗДІЛ 3. Аналіз та удосконалення процесу постачання електромеханічних іграшок прат «дитячий світ київ».....	66
3.1 Аналіз організація постачання електромеханічних іграшок ПрАТ «Дитячий світ Київ».....	66
3.2 Оцінка економічної ефективності організації постачання електромеханічних іграшок на засадах логістики ПрАТ «Дитячий світ Київ».....	72
3.3 Напрями удосконалення процесу постачання іграшок ПрАТ «Дитячий світ Київ».....	86

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	92
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	96
ДОДАТКИ.....	104

ВСТУП

Іграшка – це важлива складова світу будь-якої дитини. За допомогою гри дитина пізнає навколишній світ, вчиться координувати свої рухи, розвивати пам'ять. Також іграшки допомагають дитині розвивати уяву, інтуїцію, формують моральні цінності, любов до праці, інтерес до техніки, допитливість, спостережливість, виховують художній смак, спонукають до творчості. Саме за допомогою іграшок і ігор діти найбільш природно і безпосередньо відкривають для себе одну за одною сфери суспільного знання, отримують необхідну предметну інформацію. Якість та безпечність іграшок, особливо електротехнічних, для дитини – є основним із факторів, що потребує уваги та детального розгляду. Також, потребує додаткового детального дослідження процес організації постачання електротехнічних іграшок.

Проблеми визнання якості та безпечності іграшок загалом вивчали наступні вчені: Царьова Н.С., Задорожний А.В., Загорницька І.О., Трескунов О., Казанцева Н., Дідченко Ю.О., Юдіна Н.В. та багато інших. Однак, інформації про якість та безпечність іграшок є недостатньо, тому вивчення цієї проблеми є актуальним.

Метою випускної кваліфікаційної роботи є дослідження безпечності електромеханічних іграшок та аналіз процесу організації їх постачання на підприємство ПрАТ «Дитячий світ Київ».

Об'єктом дослідження є електромеханічні іграшки.

Предметом дослідження в роботі виступають показники безпечності та якості електромеханічних іграшок та процес організації постачання іграшок на підприємство ПрАТ «Дитячий світ Київ».

Для виконання поставленої мети необхідно виконати такі завдання:

- Дослідити стан та перспективи розвитку ринку іграшок в Україні;
- Проаналізувати законодавчо-правові та нормативні документи щодо безпечності та якості іграшок;

- Визначити чинники формування та збереження якості електромеханічних іграшок; Дослідити теоретичні засади організації постачання іграшок в ПрАТ «Дитячий світ Київ»;
- Визначити організацію, об'єкти та методи дослідження електротехнічних машинок,
- Провести товарознавчу оцінку асортименту електромеханічних машинок в ПрАТ «Дитячий світ Київ»,
- Виявити переваги споживачів щодо асортименту та якості електромеханічних машинок,
- Дослідити показники якості та безпечності електромеханічних машинок та оцінити конкурентоспроможність електромеханічних машинок;
- Проаналізувати організацію постачання електромеханічних іграшок в ПрАТ «Дитячий світ Київ»,
- Оцінити економічну ефективність організації постачання електромеханічних іграшок на засадах логістики ПрАТ «Дитячий світ Київ»,
- Визначити напрямки удосконалення процесу постачання іграшок в ПрАТ «Дитячий світ Київ».

Інформаційною базою дослідження є міжнародні та українські нормативно-правові акти, дані, опубліковані на сайтах міністерств України, іноземних підприємств та міжнародних статистичних комітетів, наукові роботи вчених, методичні матеріали, публікації періодичних видань, матеріали, надані підприємством ПрАТ «Дитячий світ Київ».

В випускній кваліфікаційній роботі для досягнення поставленої мети були використані наступні методи дослідження: розрахунковий, експертний та соціологічний методи. Результати використаних методів досліджень наведені в таблицях та рисунках в наступних розділах, трудомісткі розрахунки було проведено з використанням ЕОМ (стандартних та адаптованих програм в середовищі Windows).

Наукова новизна одержаних результатів: на основі аналізу літературних джерел, нормативної бази, результатів досліджень визначено показники

безпеки та якості іграшок електромеханічних та розраховано інтегральний показник відносної конкурентоспроможності.

Практична цінність одержаних результатів дослідження полягає у можливості практичного застосування результатів анкетування та оцінки безпеки та конкурентоспроможності іграшок електромеханічних з метою оптимізації асортименту на ПрАТ «Дитячий світ Київ».

Апробація результатів дослідження: за результатами проведених досліджень опубліковано статтю «Оцінка конкурентоспроможності електромеханічних іграшок» у Збірці наукових статей студентів освітнього ступеня «магістр» спеціальності 076 «Підприємство, торгівля та біржова діяльність», спеціалізації «Товарознавство та комерційна логістика». - Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. - С. 372 - 378. Зроблено доповідь на науковій конференції.

Робота складається зі змісту, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел. Робота викладена на 109 сторінках друкованого тексту. Робота містить 26 рисунків та 20 таблиць.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ ЯКОСТІ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ПОСТАЧАННЯ ЕЛЕКТРОМЕХАНІЧНИХ ІГРАШОК

1.1 Стан та перспективи розвитку ринку іграшок в Україні

Ринок іграшок є одним із найперспективніших напрямів бізнесу. Він має характерну особливість – товар купується батьками, але для дитини. Тому особливої актуальності набувають питання вивчення дитячої аудиторії як потенційного покупця.

Сучасний ринок дитячих товарів – один з найдинамічніших, його річне зростання становить 15-25% (основні сегменти - дитячий одяг, іграшки, харчування та взуття).

У часи кризи світовий ринок іграшок не зазнав серйозних змін, та продемонстрував стабільність. Тенденція світового ринку іграшок та ігор визначається двома важливими чинниками: зміною демографічної ситуації (у світі спостерігається зниження народжуваності в розвинених країнах і більш ранній, ніж раніше, розвиток дітей) та швидким розвитком електроніки.

Тому комерційний успіх підприємств усе більше залежить від інноваційності продуктів і добре організованих маркетингових кампаній.

Ринок дитячих іграшок на сьогоднішній день є одним із ринків, що динамічно розвиваються.

2017 рік був не простим і для економіки України, і для всього бізнесу в цілому, включаючи і ринок дитячих іграшок. У доларовому еквіваленті обсяг ринку скоротився на третину з \$ 455 млн в 2016 році до \$ 344 в 2017 році. Причини такої ситуації зрозумілі: девальвація національної валюти, високий рівень інфляції, зниження купівельної спроможності. Очевидно, що іграшки не відносяться до товарів першої необхідності, тому споживачі в складні економічні та політичні часи економлять на цій категорії покупок.

При цьому більше половини всіх іграшок потрапляють в Україну контрабандним шляхом, незважаючи на боротьбу влади з контрабандою на

кордонах. Природно такий стан речей, посилений падінням продажів, ускладнює роботу компаніям, які чесно платять податки і збори і перевага переходить до компаній, які торгують контрафактною продукцією. На сьогоднішній день 45% ринку можна віднести до цивілізованого, а 55% - паралельний імпорт або контрафакт [2].

З усього обсягу іграшок, тільки 15% виробляються в Україні. Решта 85% - імпорт, серед яких 45% припадає на Китай, 30% на країни ЄС, а 10% на іграшки, вироблені в Росії і Білорусі. Слід зазначити, що поступово зростає частка цивілізованого роздрібного продажу іграшок. У 2017 році на частку продажів в форматних магазинах прийшлося 77,49%, проти 76,74% в 2016 році. Частка продажів в супермаркетах в 2016 році склала 8,27%, проти 8,43% роком раніше. Частка продажів через інтернет-магазини в 2017 році становить 10,88%, а в 2016 році - 12,54% [50].

Сумарний обсяг імпорту та експорту електромеханічних іграшок у розрізі товарної позиції 9503 згідно з УКТ ЗЕД за 2015 – 2017 рр., тис. дол. США представлено на рис.1.1.

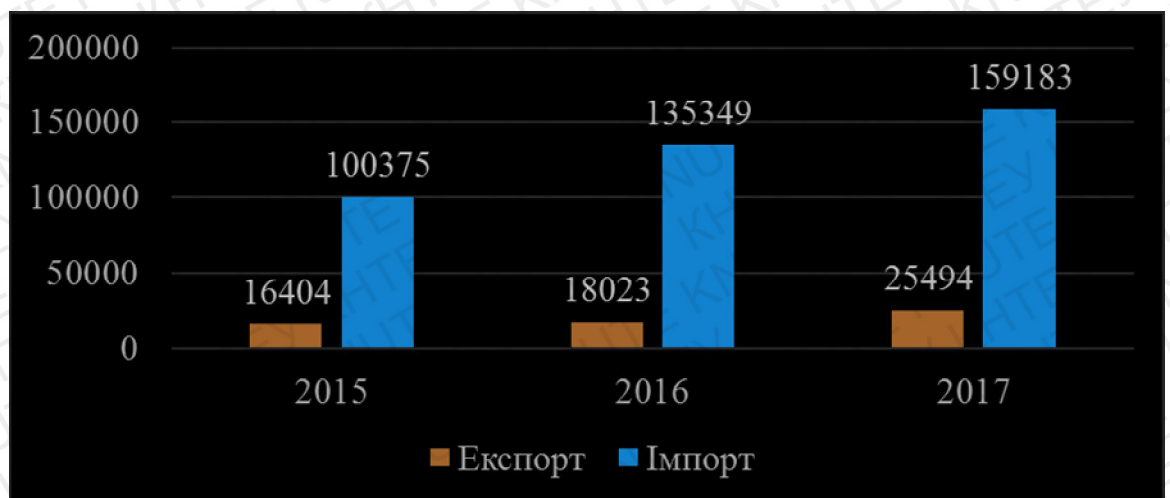


Рис.1.1. Сумарний обсяг імпорту та експорту електромеханічних іграшок у розрізі товарної позиції 9503 згідно з УКТ ЗЕД за 2015 – 2017 рр., тис. дол. США [10]

Аналізуючи дані митної статистики України щодо імпорту та експорту

електромеханічних іграшок у розрізі товарної позиції 9503 УКТ ЗЕД за 2015 – 2017 рр. бачимо позитивну тенденцію зростання обсягів імпорту починаючи з 2015 по 2017 роки, яке збільшилось з 100375 тис. дол США до 159183 тис. дол. США. Щодо обсягів експорту, то тут також є зростання: у 2016 році порівняно з 2015 роком бачимо незначне збільшення, а от у 2017 році відмічається значне зростання обсягів експорту, який склав 25494 тис. дол. США. Ця тенденція свідчить про те, що українські виробники почали виробляти більшу кількість продукції, яка є конкурентоспроможною на ринку та зроблена з якісних матеріалів і нічим не поступається імпортним виробникам [10].

Згідно проведених досліджень, 63% покупців збирають інформацію про майбутню покупку через інтернет, 48,8% - безпосередньо в точці продажу, 18,5% - по телевізору і тільки 9,8% по зовнішній рекламі. 60,3% батьків балують своїх дітей покупкою іграшок 5 і більше разів на місяць. Що стосується суми, яку батьки готові витратити на придбання іграшок для своїх дітей, то в несвяткові дні 74% покупців готові розлучитися з сумою в межах 100-300 грн, а в святкові дні більше половини покупців 57% готові витратити на презент для дитини від 800 грн.

Весь асортимент дитячих іграшок, представлених в Україні, поділяють на такі товарні групи: автотранспорт, тобто іграшкові авто (43 %), хутряна іграшка (16 %), м'яка іграшка з гумоподібних пластикатів (11 %), іграшка механічна та модельна (30 %).

До останньої групи відносять також різноманітні конструктори і трансформери, попит на які за останні три роки зріс майже втричі [50].

Згідно з ДСТУ 2165-93 «Іграшки. Терміни та визначення» іграшки класифікують за належністю до асортиментного угруповання, за виховним і віковим призначенням, матеріалами виготовлення, принципом дії або механізмом руху [13].

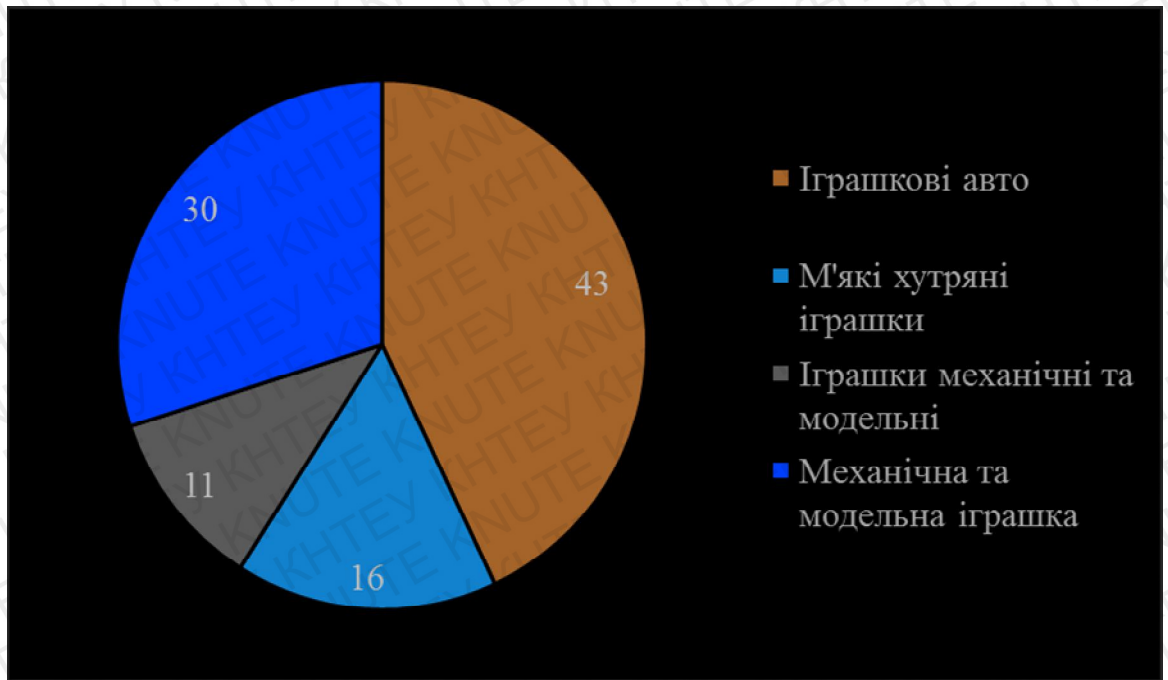


Рис. 1.2. Структура асортименту іграшок за групами на ринку України за 2018 р., % [50]

Складна економічна ситуація стримує вхід в нашу країну великих закордонних мереж і брендів. На думку експертів, український ринок іграшок ще не насичений, в Україні поки що не представлені сильні закордонні марки цього сегменту. У той же час слід зазначити, що за останні роки в Україні все ж відбулося відкриття магазинів нових зарубіжних марок. За даними DTZ в Україні ринок поповнився такими брендами як IDEXE, Steiff, Sanetta, Kid's Republic, Falke Kids, Mon Amour та іншими [1].

Вітчизняну продукцію виробляють невеликі підприємства, зосереджені на локальних ринках. Більша частка вітчизняного виробництва припадає на м'яконабивні та пластмасові іграшки. У західних областях України виготовляють екологічно чисті іграшки - дерев'яні абетки, кубики, настільні ігри тощо.

До найбільших виробників вітчизняних м'яконабивних іграшок можна віднести чернігівську фабрику «Копиця» та львівську фабрику «Левеня», які пропонують споживачам іграшки високої якості, з високими естетичними та

ергономічними властивостями за досить помірними цінами, які можуть конкурувати з іноземними аналогами.

Серед виробників пластмасових іграшок найвідомішими є «Юніка» (м. Луцьк), СП «Протон» (який до того ж виробляє і гумові іграшки) та корпорація «Тигрес». Меншу частку займають дерев'яні вироби (основний виробник - СП «Гамма» (м. Нововолинськ)) та металеві іграшки (основні виробники - СП «Авіант» (м. Київ) та «Кам'янський машинний завод»).

Основними виробниками пазлів, що виготовляються з картону, є ТОВ «Новий друк» (м. Київ) та ПФ «Явір-М» (Закарпаття). Більшість іграшок вітчизняних виробників все ж поступаються іноземним аналогам за асортиментом та якістю.

Незважаючи на ненасиченість сегменту іграшкових товарів для дітей в Україні, на ринку спостерігається посилення конкуренції між компаніями, що пояснюється розвитком українських виробників і їх роздрібних мереж.

Проблеми вітчизняного ринку іграшок полягають у тому український виробник іграшок представлений більше дрібними підприємствами, у яких немає високотехнологічних ліній. Тому в країні практично не виробляються дитячі автомобілі, конструктори, ігрові приставки та інші технічні іграшки.

Потрібно відзначити зростання цін на іграшки (в середньому на 30%), що, в першу чергу, пов'язано із зростанням цін на сировинні матеріали (ворсові тканини та пластичні маси). Проблеми із сировиною зазнають і виробники дитячих пластикових іграшок.

Враховуючи, що діти дуже динамічно змінюють свої захоплення і своїх кумирів, виробники товарів для дітей повинні швидко адаптуватися до нових потреб своєї цільової аудиторії, оскільки конкуренція за дитячу увагу та батьківські кишені надзвичайно гостра. Тому, щоб зрозуміти свою аудиторію і створити найбільш успішний дитячий бренд, маркетологи залучають психологів та ініціюють проведення спеціальних досліджень, спрямованих на постійний моніторинг запитів дитини. Результатом подібного аналізу стало, наприклад, виокремлення виробниками іграшок цілої низки тенденцій у

розвитку цієї продукції. Серед них:

- зростання цікавості до класичних іграшок: принцеси та феї – для дівчат, конструктори і техніка – для хлопчиків;
- поява нових типів іграшок, наприклад, так званих «іграшок із собою», обумовлених «мобільністю» сучасних дітей, які багато часу проводять в дорозі між домом, дитячим садком, гуртками тощо. Або «Іграшок спонтанної покупки» – виробу низької ціни, яку дитина може придбати за власні кишенькові гроші;
- зростання числа іграшок, присвячених героям мультфільмів, коміксів, кіно, пов'язане з кумирами сучасних дітей, які зростають у медіа-суспільстві. Цей висновок підтверджується й дослідженнями психологів, згідно з якими діти від чотирьох років у 70 % випадків віддають перевагу товарам з образами улюблених героїв;
- виникнення попиту на серійні іграшки або так звані «ігрові світи» – іграшки за однією конкретною тематикою, які можна докуповувати;
- поява іграшок для підлітків та молоді, обумовлена прагненням виробників розширити свою цільову аудиторію.

1.2 Аналіз законодавчо-правових та нормативних документів щодо безпечності та якості іграшок

Найважливіша вимога до іграшки - її безпечність. Крім того, іграшка має нести в собі певну освітню (розвиваючу) функцію. Важливою характеристикою іграшки є її естетичний вигляд - кольори, дизайн тощо. І звичайно ціна, адже невинуватно велика вартість іграшки не є її перевагою.

За оцінками експертів, не дивлячись на економічний спад та зростаючу конкуренцію з боку відеоігор, світовий ринок іграшок постійно поповнюється новими видами.

Вплив системи технічного регулювання на економіку будь-якої країни завжди є значним, оскільки, за визнаною в світі термінологією, ця система має загальну назву «технічні бар'єри в торгівлі»

В європейському законодавстві у сфері технічного регулювання вже давно досконало була розроблена політика усунення бар'єрів для вільного переміщення товарів.

Саме тому з метою визначення найактуальніших проблем у цій сфері введено в дію Закон України «Про розроблення та застосування стандартів, технічних регламентів та процедур оцінки відповідності». Закон кардинально змінює та регулює відносини між виробниками та постачальниками, організаціями — органами з оцінки відповідності, а також відповідними органами державної влади, що виникають у сфері стандартизації, технічного регулювання та оцінювання відповідності продукції, процесів, систем і послуг.

На сьогодні в Україні розроблено і затверджено ряд законів та нормативно правових актів, які регулюють ринок іграшок. Одним із основних потрібно відзначити конституцію.

Ст. 50 Конституції України передбачено, що кожен має право на безпечне для життя і здоров'я довкілля та на відшкодування завданої порушенням цього права шкоди [36]. Основний Закон України декларує охорону державою дитинства. Відповідно до ч.6 ст.92 Конституції України, визначаються засади регулювання охорони дитинства, освіти, культури і охорони виключно законами здоров'я; екологічної безпеки. Таким нормативним актом є Закон України «Про охорону дитинства», який визначає охорону дитинства в Україні як стратегічний загально-національний пріоритет і з метою забезпечення реалізації прав дитини на життя, охорону здоров'я, освіти, соціальний захист та всебічний розвиток, та встановлює основні засади державної політики у цій сфері [28]. Надаючи важливого значення становищу дітей, їх соціальному захисту, створенню сприятливих умов для фізичного, інтелектуального й духовного розвитку, майбутньої повноцінної життєдіяльності та з метою координації дій, пов'язаних з виконанням Конвенції ООН про права дитини [33], Президент України затвердив Національну програму «Діти України» [73].

Відповідно до п.2 ч.1 ст.14 Закону України «Про стандарти, технічні регламенти та процедури оцінки відповідності» [30] Кабінет Міністрів України затверджує технічні регламенти, якщо їх не затверджено законом, та плани заходів щодо їх застосування. Таким чином, затверджений Кабінетом Міністрів України Технічний регламент безпеки іграшок [61] визначає вимоги до безпеки іграшок, процедуру оцінки їх відповідності таким вимогам, установлює правила маркування, а також введення в обіг іграшок як імпортованих, так і вітчизняного виробництва, їх продажу та безкоштовного розповсюдження (введення іграшок в обіг). Введення іграшок в обіг дозволяється тільки за умов відповідності вимогам безпеки для життя та здоров'я споживачів у разі використання за призначенням за умови передбачуваної поведінки дітей. Технічний регламент безпеки іграшок передбачає відповідні вимоги.

Аналізуючи вимоги щодо безпечності згідно Технічного регламенту безпеки іграшок, потрібно відзначити наступні пункти:

1. Введення іграшок в обіг здійснюється за умови їх відповідності встановленим суттєвим вимогам щодо безпечності, а саме загальним вимогам щодо безпечності, визначеним у пункті 34 Технічного регламенту (Іграшки, у тому числі хімічні речовини, які вони містять, не повинні загрожувати безпеці чи здоров'ю користувачів або третіх осіб, коли вони використовуються за призначенням або з урахуванням передбачуваної поведінки дітей.), та особливим вимогам щодо безпечності, які їх стосуються і наведені в додатку 2 до Технічного регламенту [61], а саме фізичні та механічні властивості, займистість, хімічні властивості, електричні властивості, гігієна, радіоактивність).

Оцінку відповідності іграшок вимогам цього Технічного регламенту виробник або уповноважений представник проводить із застосуванням процедури оцінки відповідності, що передбачена Законом України «Про підтвердження відповідності» [29] згідно з Технічним регламентом модулів оцінки відповідності та вимог щодо маркування національним знаком

відповідності, які застосовуються в технічних регламентах. Виробник або уповноважений представник складає декларацію про відповідність іграшки вимогам Технічного регламенту за формою згідно з додатком та наносить національний знак відповідності, що використовується для засвідчення відповідності технічним регламентам передбачено Законом України «Про стандарти, технічні регламенти та процедури оцінки відповідності» [30], на кожній іграшці або її пакуванні.

На виконання вимог Закону України «Про підтвердження відповідності» [29], для забезпечення належної безпеки для життя та здоров'я громадян, у тому числі дітей, наказом Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики затверджено Технічний регламент з підтвердження відповідності щодо безпеки іграшок. Державне підприємство «Всеукраїнський державний науково-виробничий центр стандартизації, метрології, сертифікації та захисту прав споживачів» визначено відповідальним за розробку і перегляд національних стандартів, що сприймаються як доказ відповідності вимогам Технічного регламенту з підтвердження відповідності щодо безпеки іграшок.

Окрім спеціальних нормативно-правових актів, які безпосередньо регламентують безпеку дитячих іграшок в Україні, існують акти, що направлені на ширше коло об'єктів, але також впливають на якість та безпеку товарів та продукцію. До них слід віднести Концепцію державної політики у сфері управління якістю продукції (товарів, робіт, послуг) [63], яка спрямована на підтримку зусиль підприємств та організацій у задоволенні потреб споживачів шляхом поліпшення якості та конкурентоспроможності продукції, розвитку і впровадження методів управління якістю.

Торговельна діяльність в Україні регулюється Господарським і Цивільним кодексами України, Законом України «Про захист прав споживачів» [27], іншими актами законодавства, а також Порядком провадження торговельної діяльності та Правилами торговельного обслуговування населення [60]. Правила комісійної торгівлі непродовольчими

товарами [53] регламентують порядок комісійної торгівлі непродовольчими товарами суб'єктами господарювання усіх форм власності, які пройшли державну реєстрацію у встановленому порядку. Не приймаються для комісійного продажу в Україні між іншими предметами: іграшки для дітей віком до 3-х років та іграшкова зброя з пластиковими кульками.

Захист прав споживачів здійснюється як щодо іграшок, які було вироблено на території України, так і за кордоном. Відповідно до ч.4 ст.14 Закону України «Про захист прав споживачів» [27], продукція, на яку актами законодавства або іншими нормативними документами встановлено обов'язкові вимоги щодо забезпечення безпеки для життя, здоров'я споживачів, їх майна, навколишнього природного середовища і передбачено нанесення національного знака відповідності, повинна пройти встановлену процедуру оцінки відповідності. Виробник має право маркувати продукцію національним знаком відповідності за наявності декларації про відповідність та/або сертифіката відповідності, виданих згідно із законодавством. Реалізація продукції (у тому числі імпортованих товарів) без маркування національним знаком відповідності та/або без сертифіката відповідності чи декларації про відповідність забороняється.

Проаналізувавши міжнародні нормативно-правові акти, а також нормативні акти: екологічного (включаючи санітарно-захисне), господарського, сімейного та адміністративного права, можна дійти висновку, що в Україні ще не створено дієвого механізму щодо попередження ввозу та повної заборони на реалізацію екологічно небезпечних іграшок. Доцільно, чим скоріше на законодавчому рівні заборонити та відмовитися від виробництва та використання продукції для дітей, що містить в собі екологічно небезпечні речовини. Доки такої заборони не існує, слід обов'язково дотримуватися міжгалузевого підходу щодо поводження та попередження негативного впливу небезпечних іграшок на дітей та довкілля.

Забезпеченню екологічної безпеки дитячих іграшок в Україні сприяють вимоги Державних санітарних правил і норм безпеки іграшок та ігор для

здоров'я дітей.

Державні санітарні правила і норми безпеки іграшок та ігор для здоров'я дітей ДСанПіН 5.5.6.012-98 [59] поширюються на асортимент іграшок та ігор для дітей і підлітків і встановлюють вимоги та норми безпеки для здоров'я, а також порядок проведення державної санітарно-гігієнічної експертизи етапах розробки, виробництва, зберігання, реалізації і методів досліджень. За порушення Правил винні особи (установи, заклади) притягаються до дисциплінарної, адміністративної та кримінальної відповідальності, згідно з Законом України «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення» [27].

Вимоги до іграшок та ігор [8, 9]. Іграшки та ігри повинні відповідати затвердженому еталону, зразку і "типовому представникові". "Типовий представник" - іграшка (гра), виготовлена по єдиній технології із єдиної партії сировини. Інструкції до ігор повинні бути зрозумілими для дітей тих вікових груп, для яких вони призначені. В інструкції (керівництві, схемі по користуванню іграшками, іграми або на споживчій упаковці повинні бути вказані правила та види обробки іграшок (ігор) - (миття, чищення, дезінфекція та їх утилізація в разі потреби). В ДСанПіН вказані також вимоги до рівня звуку, рівня стороннього запаху, конструкції, ваги, розміру іграшок, оформленню, друку тощо.

На сьогодні в Україні розроблено і затверджено постановами Кабінету Міністрів України нормативні документи — Технічні регламенти (ТР) на відповідні види продукції. Одним із них є Технічний регламент безпеки іграшок [61]. Державна політика у сфері його застосування базується на викладених нижче принципах.

Виробники та постачальники іграшок мають пропонувати й надавати лише такі послуги, або застосовувати такі процеси, чи вводити в обіг таку продукцію вітчизняного або іноземного походження, яка є безпечною для життя та здоров'я дитини, тварин, рослин, забезпечує захист національної безпеки, охорону довкілля та природних ресурсів за умови виконання

правильного застосування за призначенням і в передбачений спосіб, з урахуванням звичайної поведінки дітей.

Уведення в обіг іграшок супроводжується декларацією відповідності та/або сертифікатом відповідності, маркуванням продукції національним знаком відповідності, що передбачено ТР [61], а також документом, що засвідчує відповідність вимогам національних стандартів, добровільне застосування яких може сприйматися як доказ відповідності продукції вимогам ТР.

1.3 Чинники формування та збереження якості електромеханічних іграшок

Важливими чинниками, що впливають на формування якості електромеханічних іграшок є : конструкція, матеріали, з яких вони виготовлені і технологічні процеси що застосовуються для їх виготовлення.

Конструкція і форма іграшок - основні фактори, що впливають на формування їх споживних властивостей і рівень якості. Так, вже у конструкції іграшок закладаються функціональні, ергономічні, естетичні властивості та безпека.

Для виробництва іграшок дозволяється використовувати будь-які види сировини і матеріалів за умови відсутності виділення з них (в повітряну і модельні середовища) хімічних і токсичних речовин в концентраціях, що перевищують встановлені норми для води питної та виробів, призначених для контакту з харчовими продуктами. Для виготовлення електромеханічних іграшок використовують пластичні маси, метали, гуму.

Пластичні маси: полістирол, полікарбонат, поліпропілен, та інші (вони відрізняються легкістю, пластичністю, надійністю).

Метали: сталь (легована), кольорові метали (мідь, алюміній) та інші (найголовніша перевага металів це – надійність).

Гуми: натуральний та штучний каучук (переваги - м'якість, еластичність, легкість, стійкість до води).

Якісні іграшки повинні бути правильної форми, гарні на вигляд, безвідмовно діяти і відповідати гігієнічним та санітарним вимогам. Поверхня іграшок повинна бути ретельно оброблена і не мати подряпин, патьоків фарби, плям, слідів корозії.

Серед технологічних процесів, що застосовуються для виготовлення електромеханічних іграшок: (лиття, штампування, видування, гаряче пресування для виготовлення пластмасових частин; штампування, лиття, витяжка для виготовлення металевих частин).

До подачі в торговий зал іграшки проходять передпродажну підготовку, яка включає в себе: ідентифікацію продукції, перевірку кількості, комплектності, наявності маркування, ярликів і пломб, розпакування, огляд зовнішнього вигляду, перегородку, протирку, очистку, збірку, комплектування, перевірку експлуатаційних властивостей.

Роздрібний продаж іграшок може здійснюватися в спеціалізованих магазинах або відділах магазинів, павільйонах.

Продавці забезпечують наявність однакових і чітко оформлених цінників на іграшки із зазначенням найменування товару, його сорту, ціни за одиницю товару, дати оформлення цінника, підписи матеріально-відповідальної особи або іншої посадової особи, на яку покладено обов'язки з формування цін, печаткою (штампом) організації торгівлі.

При передачі товару покупцеві іграшки повинні бути розпаковані і пред'явлені для візуального огляду, одночасно передаються, встановлений виробником іграшок, необхідний комплект приладдя, а для електромеханічних іграшок - гарантійний талон, заповнений за всіма правилами продажів окремих видів товарів.

На вимогу покупця, продавець повинен ознайомити його з основними правилами роботи і інструкцією по збірці (експлуатації) іграшок.

80% всіх дефектів, які виявляються в процесі виробництва та використання виробів, обумовлені недостатньою якістю процесів розробки концепції виробу, конструювання та підготовки його виробництва.

Усі збої, які виникають під час гарантійного терміну виробу, мають свою причину в помилковій, поспішній та недосконалій розробці. Найбільш часто зустрічаються дефекти іграшок: гострі, ріжучі кромки і задирки на металевих і пластмасових деталях через погану зачистки. На пластмасових деталях внаслідок низької температури форми можливі такі дефекти, як жолоблення, сліди холодного спаю. Через порушення температурних режимів можлива хвиляста поверхня і утяжини. Часто зустрічається дефект посріблення - єдинообразна поверхня. Не допустимі дефекти мармуровість або вкраплення маси іншого кольору, крім випадків, передбачених зразком-еталоном.

Іграшка вважається якісною, якщо вона витримала всі випробування і відповідає вимогам НТД.

Також виділяють чиники збереження якості, серед яких: маркування, пакування та зберігання.

Маркування наносять безпосередньо на іграшки, на споживчу, групову та транспортну тару.

Маркування безпосередньо на іграшку наносять в місцях, зазначених у нормативно-технічній документації на конкретний вид іграшок або групу іграшок. Способи нанесення маркування: в прес-формі, видавлювання при штампуванні, тиснення, штемпелювання, випалювання, друкарський, прикріплення ярлика або медальйона.

Маркування іграшок повинно містити товарний знак або товарний знак і найменування підприємства-виробника та роздрібну ціну. У додатковому маркуванні вказують: для моделей-копій - масштаб, найменування моделі; для іграшок з використанням хімічних елементів електроживлення - полярність; для заводних іграшок - найменування заводу.

На транспортній тарі в залежності від видів іграшок і умов транспортування повинні бути вказані знаки: для скляних ялинкових прикрас - «Обережно, крихке», «Верх, що не кантувати», «Боятися вогкості»; для іграшок з кераміки, порцеляни й фаянсу - «Обережно, крихке», «Верх, що не

кантувати»; для іграшок з полімерної плівки - «дотримання інтервалу температур», для м'яконабивних іграшок та іграшок з паперу та картону - «Боїться вогкості»; для іграшок піротехнічних - «Боїться вогкості», «Боїться нагріву»; для ляльок зі вставними закриваються очима і звуковими .пріборамі - «Верх, що не кантувати».

Для упакування іграшок застосовують поліетиленові пакети, що мають периметр отвору більше 380 мм. Вони повинні мати товщину плівки не менш 0,038 мм, крім пакетів з термозбіжної плівки, цілісність яких порушується при розпаковуванні іграшки, і пакетів з перфорованої плівки, на кожній ділянці якої розміром 30X30 мм є отвори площею не менше 1% площі ділянки.

Іграшки упаковують у споживчу і (або) групову і транспортну тару. В якості споживчої тари використовують коробки, пакети, пачки і сітки. Пакети повинні мати затискачі або ручки або художньо оформлені клапани, призначені для перенесення пакету і нанесення інформаційних даних. Дозволяється верхню частину пікету заклеювати або заварювати. Споживча тара повинна бути художньо оформлена; повинна бути передбачена можливість її застосування як ігрового елемента.

Пакети не повинні закріплюватися зтяжним шнуром або мотузкою.

Іграшки в упакованому вигляді повинні зберігатися в закритому складському приміщенні при температурі від 10 до 40 ° С і відносній вологості повітря ($60 \pm 10\%$), на стелажах, на відстані не менше 1 м від опалювальних приладів. При зберіганні іграшок у транспортній тарі висота укладання повинна бути не більше 2 м. Ляльки зі вставними закриваються очима і звуковими приладами повинні зберігатися горілиць. Не допускається зберігання іграшок разом з кислотами, лугами та іншими хімічно активними речовинами.

Продані іграшки назад не приймаються, крім іграшок (ігор) з виробничими дефектами, виявленими після продажу. Забороняється зберігати в торговому залі іграшки, повернуті покупцем.

1.4 Теоретичні засади організації постачання іграшок торговельного підприємства

Процес постачання товарів підприємством реалізується департаментом закупівельної діяльності, у обов'язки якого входить: пошук постачальників, взаємодія з постачальниками на вигідних умовах, моніторинг ринку та конкурентів, логістичне забезпечення діяльності підприємства.

Основним завданням закупівельного департаменту, в першу чергу, є забезпечення, реалізація та координація процесу постачання через закупівельну діяльність підприємства. Закупівельну діяльність торговельного підприємства можна трактувати як сукупність процесів дослідження ринку та придбання у потрібний момент часу необхідної кількості та якості товарів з метою їхнього наступного ефективного перепродажу для задоволення потреб його покупців та економічних інтересів підприємства [35]. Закупівельна діяльність торговельного підприємства є найбільш значимою підсистемою в загальній системі операційної діяльності торговельного підприємства, оскільки сама в процесі її здійснення закладається підґрунтя його фінансових результатів, ефективності та конкурентоспроможності.

Під управлінням закупівельною діяльністю торговельного підприємства слід розуміти сукупність принципів та методів, інструментів підготовки та прийняття управлінських рішень в процесі здійснення закупівельної діяльності, яка створює передумови для реалізації стратегічних цілей та задач розвитку торговельного підприємства.

Виходячи з існуючої парадигми кінцевою метою управління є зростання ринкової вартості торговельного підприємства. Забезпечення досягнення цієї кінцевої стратегічної мети передбачає орієнтацію управління закупівельною діяльністю на досягнення 4-х взаємопов'язаних груп цілей:

- 1) у напрямку відносин з покупцями товарів – зростання конкурентоспроможності товарної пропозиції з точки зору споживачів торговельного підприємства, що забезпечує їх формування та утримання,

задоволення їх економічних інтересів та сприяє підвищенню частки підприємства на ринку;

2) за напрямком відносин з постачальниками товарних ресурсів – зниження ризиків взаємодії з постачальниками товарів, підвищення надійності товарного забезпечення торговельного підприємства; налагодження ефективної взаємодії та партнерських відносин з постачальниками товарів, зростання задоволення всіх учасників логістичної системи товароруку;

3) в царині забезпечення ефективного господарювання – забезпечення зростання прибутку від реалізації закуплених товарів та формування його в цільових обсягах шляхом зростання товарообороту підприємства та виконання розроблених планів його розвитку та забезпечення належної ефективності комерційних угод по закупівлі товарів;

4) в царині фінансового менеджменту – максимальне використання можливостей отримання товарного кредиту постачальників, сприяння поліпшенню умовами кредитування торговельного підприємства його постачальниками, забезпечення ефективного використання власного закупівельного капіталу.

В певних дослідженнях [47, 48] зміст управління закупівельною діяльністю підприємства торгівлі розглядається як процес формування товарного забезпечення товарообороту та передбачає сукупність таких етапів роботи: вивчення ринку закупівлі та каналів розподілу товарних ресурсів; аналіз надходження та закупівлі товарів; планування обсягу та структури надходження (закупівлі) товарів; визначення методу закупівлі товарів; вибір постачальника товарних ресурсів; узгодження та укладення угоди на закупку товарів; контроль за виконанням договорів та надходженням товарів.

Підтверджуючи важливість проведення визначених етапів та видів роботи, слід зауважити, що вони становлять тактичний рівень управління закупівельною діяльністю торговельного підприємства.

Здійсненню цієї роботи має передувати розробка стратегії взаємодії

«торговельне підприємство – постачальник» [4, 43, 45], яка становить стратегічний рівень управління. В процесі проведення цієї роботи мають бути прийняті рішення щодо низки концептуальних питань організації закупівельної діяльності торговельного підприємства, які обумовлюють зміст управлінських зусиль, в тому числі на тактичному рівні.

Найбільш вагомими концептуальними питаннями організації закупівельної діяльності підприємства, є рішення щодо яких мають бути прийняті та враховані в процесі управління нею, на наш погляд, є наступні.

1. Ступінь самостійності торговельного підприємства в здійсненні закупівельної діяльності – самостійне здійснення (внутрішня закупівельна організація – *inside buying organization*) або передача на аутсорсинг (зовнішній закупівельній організації – *outside buying organization*). Як свідчить міжнародний досвід, не завжди і доцільно і економічно вигідно займатися закупівельною діяльністю самостійно. Виконання її на умовах договору та за плату спеціалізованою закупівельною організацією, яка може навіть брати на себе відповідальність за цільовий розмір комерційного доходу, який буде отримувати торговельне підприємство, дозволить сконцентрувати увагу на головному бізнес-процесі – продажу товарів, а отже, здійснювати його найбільш професійно та ефективно, формуючи стійкі конкурентні переваги.

2. Ступінь формалізації (модель здійснення) закупівельної діяльності торговельного підприємства (в разі прийняття рішення щодо самостійності її проведення). Як свідчить іноземний досвід, на рівні підприємства можуть використовуватися різні моделі проведення закупівель. Залежно від ступеню формалізації даної функції прийнято виділяти формальний (*formal buying organization*) та неформальний (*informal buying organization*) підхід до здійснення закупівельних операцій.

В першому випадку, який характерний для торговельного підприємства, закупівля є окремою функцією апарату управління, тому для її виконання створений спеціальний відділ, який закуповує товар і надає його для продажу.

Перевагами такого підходу є чітко визначені обов'язки і повноваження, наявність спеціальної посади закупівельника, до недоліків відносяться значні закупівельні витрати, пов'язані з утриманням спеціального відділу закупівлі. Для прикладу, у неформальній закупівельній організації один і той самий персонал займається і мерчандайзингом (закупівлею) і іншими задачами роздрібної торгівлі; обов'язки і повноваження не завжди чітко визначені та розмежовані. Перевагами такої моделі є низька вартість та висока гнучкість, проте в зв'язку з нечітко визначеними обов'язками і повноваження можуть мати місце збої в товаропостачанні.

3. Ступінь централізму в здійсненні закупівельної діяльності торговельного підприємства. Мають місце такі альтернативи: 1) централізована закупівля (centralized buying organization), при якій усі рішення щодо закупівлі приймаються головним офісом. До переваг такої моделі фахівці справедливо відносять ефект синергії, об'єднання зусиль, суворий контроль, постійний імідж, близькість до вищого керівництва фірми, підтримка персоналу і знижки за рахунок обсягів закупівлі. Проте наявні і недоліки – відсутність гнучкості, відсутність зацікавленості працівників низових ланок (регіональних філій, місцевих магазинів тощо). Асортимент товарів, що формується в результаті централізованої закупівлі на торговельному підприємстві не завжди повністю враховує можливості місцевих товаровиробників, що відповідає як уподобанням населення, так і економічним інтересам місцевих органів влади; 2) децентралізована закупівля (decentralized buying organization), при якій рішення щодо закупівлі приймається на локальному чи регіональному рівні. Це дозволяє краще пристосуватися до місцевих умов, підвищити швидкість обробки замовлень, забезпечує більшу зацікавленість лінійних керівників. В той же до суттєвих складнощів такого підходу відносять неузгоджене планування, непостійний імідж, обмежений контроль, меншу підтримку персоналу і відсутність знижок за рахунок обсягів закупівлі; 3) комбінований спосіб, який дозволяє отримати синергію позитивів, притаманних першим двом варіантам. На

торговельному підприємстві використовується комбінований спосіб.

4. Рівень спеціалізації фахівців закупівельного підрозділу торговельного підприємства (в разі прийняття рішення щодо самостійної закупівлі). В універсальному закупівельному підрозділі один чи декілька закупівельників здійснюють закупівлю усіх необхідних товарних ресурсів. Такий підхід є слушним для малих та середніх торговельних підприємств, які мають обмежений асортимент товарів або співпрацюють з посередниками. У спеціалізованому підрозділі, який створюється на великих підприємствах або тих, які оперують широким асортиментом товарів чи послуг і закуповують його переважно у товаровиробників, кожен закупівельник відповідає за деяку категорію товару. Перевагами такого підходу є краще знання відповідного сегменту ринку, до недоліків – більш високий рівень закупівельних витрат в зв'язку з наявністю додаткового персоналу. Відповідно до закупівельної політики торговельного підприємства використовується спеціалізація закупівельників.

5. Ступінь функціонального відокремлення закупівельної діяльності торговельного підприємства. Альтернативами тут є: 1) концепція закупівлі, яка передбачає, що функція закупівлі товарних ресурсів відокремлена від інших торговельно-оперативних операцій, здійснюється на «замовлення» відділу продажів (планово-економічного відділу); при цьому фахівці, що займаються цією діяльністю відповідають лише за здійснення закупівель відповідно до визначених параметрів; 2) концепція мерчандайзингу та категорійного менеджменту, яка передбачає, що функція закупівлі товарів не є спеціалізацією працівників, які її здійснюють, оскільки вони є відповідальними за весь процес від закупівлі до продажу товарів і виконують поряд з закупівлею товарів усі інші функції, необхідні для його успішного продажу – підбір асортименту, передпродажна підготовка та викладка товарів, ціноутворення, навчання персоналу, розробка засобів стимулювання продаж тощо.

Концепція категорійного менеджменту дозволяє розв'язати основну

проблему, що притаманні класичній організації закупівельної діяльності, при якій фахівець-закупівельник відірваний від реальної ситуації та стратегії розвитку товарообороту підприємства, зацікавлений тільки в факті закупівлі, що може породжувати конфлікт інтересів закупівельника та торговельного підприємства (змова з постачальником та отримання додаткової винагороди (хабарів) від нього). При впровадженні категорійного менеджменту звична структура та повноваження відділу закупівлі змінюються, що призводить і до зміни відносини з постачальниками товарів. З'являється спільна задача – збільшити продажі товарів, що сприяє підвищенню ефективності діяльності торговельного підприємства в цілому. На торговельному підприємстві використовується концепція категорійного менеджменту.

6. Тип співробітництва з ринком закупівель – транзакційне або партнерське співробітництво. Традиційним підходом до організації закупівельної діяльності є транзакційне співробітництво, яке передбачає вибір постачальника, який відповідає інтересам підприємства та укладання з ним угоди щодо постачання товарних ресурсів; наявність великої кількості постачальників та їх постійну зміну виходячи з критерію цін закупівлі та інших вагомих для підприємства факторів (доставка, кредитування, лояльність тощо). Для такої моделі співробітництва характерна короткостроковість, недостатня активність, зацікавленість та відповідальність з боку постачальника.

Сучасний підхід до організації закупівельної діяльності передбачає, що з постачальниками найважливіших груп товарів (категорій) у підприємства повинні бути налагоджені довготривалі та взаємовигідні партнерські відносини, які дозволяють змінити зміст закупівельної діяльності відповідно до принципу «ефективного реагування на покупця» (ЕРП). Замість традиційного протистояння між постачальником та торговельними підприємства, їх цінової боротьби за обсяги отримання прибутку, впровадження партнерства в результаті спільної роботи, інвестицій в створення «ланцюга цінності» для покупця дозволяє забезпечити зростання

прибутку як торговельного підприємства, так і постачальника за рахунок зростання обсягів продажів.

Торговельному підприємству слід визначитися який тип співробітництва та в яких масштабах буде запроваджуватися. Безумовно, повністю відмовитися від трансакційного співробітництва, в сучасних умовах не доцільно, враховуючи можливий пресинг постачальників-партнерів, але за ключовими товарними групами (категоріям) поступовий перехід до розвитку партнерства з постачальниками вбачається ефективним та далекоглядним.

Аналізуючи закупівельну діяльність торговельного підприємства потрібно відзначити сильні партнерські відносини із більшістю постачальників.

7. Ступінь залучення постачальника до планування та контролю закупівель торговельного підприємства. Залежно від обраного типу співробітництва, ступеню розвитку відносин з окремими постачальниками необхідно визначити, які права щодо здійснення закупівельної діяльності торговельне підприємство вважає можливим та доцільним передати постачальнику. Тут також наявні альтернативні рішення: 1) повний доступ – рітейлер повністю делегує постачальнику функції по формуванню асортименту і визначенню товарного запасу, а також виконує його рекомендації в області ціноутворення і мерчендайзингу; 2) допуск на рівні консультацій (найбільш поширений варіант співпраці постачальника і торговельного підприємства), які не є обов'язковими до виконання, за постачальником закріплюється лише процедура викладки товару; 3) право постійної присутності мерчендайзера біля магазинної полки для контролю за викладкою товарів та стимулювання їх продажу; 4) стандартні права постачальника: певна площа на полицях, своєчасна викладка товару, корекція товарного запасу та проведення промоушн-акцій в торговому залі.

Обраний тип співробітництва, розподіл прав та відповідальності між торговельним підприємством та постачальником знаходять відображення в типовому договорі на закупівлю товарів, який необхідно підготувати за

підсумками проведеної роботи.

Аналізуючи закупівельну діяльність торговельного підприємства потрібно відзначити допуск постачальників на рівні консультацій щодо постачання.

8. Тип фінансування закупівельної діяльності, тобто перелік та структура джерел фінансування закупівельних операцій торговельного підприємства: власний закупівельний капітал, банківські кредити чи товарні кредити постачальників.

В сучасних умовах найсуттєвішим обмеженням закупівельної діяльності виступає фінансове обмеження, яке віддзеркалює наявність або відсутність у торговельного підприємства в достатніх обсягах закупівельного капіталу, тобто власних та позикових грошових коштів, які можуть бути використані для фінансування закупівельних операцій.

Жорсткість даного обмеження залежить від фінансового стану торговельних підприємств, наявності в них вільних власних оборотних коштів, кредитоспроможності підприємства (тобто здатності до отримання банківських кредитів), можливостей постачальників щодо надання товарного кредиту та його умов (вартість, тривалість), співвідношення вартості окремих джерел капіталу, який може бути використаний для фінансування закупівель.

З врахуванням усіх перелічених чинників торговельне підприємство повинно визначити тип фінансування закупівельних операцій, тобто співвідношення окремих джерел капіталу, які можуть бути використовуватися для фінансування закупівель. Тип фінансування може бути визначений як в цілому по підприємству, так і бути диференційований в розрізі товарних груп, (категорій), постачальників. Доцільно також визначити загальний обсяг власного закупівельного капіталу, який «закріплюється» за відділом закупівель в процесі бюджетування і використовується для часткового фінансування планових закупівель та як стратегічний резерв для проведення високоефективних та спекулятивних операцій з товарними ресурсами.

В сучасних умовах більшість українських торговельних підприємств обмежені у власних коштах та можливостях банківського кредитування. Це призводить до того, що фінансове обмеження стає вирішальним при виборі постачальника товарних ресурсів. Навіть при м'якості фінансового обмеження, торговельні підприємства повинні враховувати можливість отримання товарного кредиту як альтернативне джерело коштів для фінансування свого розвитку, орієнтуватися на подовження термінів комерційного кредитування.

Для регламентації цих питань, на торговельному підприємстві розроблені стандарти процедури розрахунків за закуплені товари – тривалість відстрочки платні та умови її здійснення, день розрахунків (в межах тижня), можливість та умови отримання авансу тощо, які також фіксуються в типовому договорі на закупівлю товарів.

9. Регламент закупівельного процесу та механізми мінімізації збитків в процесі закупівельної діяльності торговельного підприємства. В сучасних умовах вагоме значення має формалізація закупівельного процесу, яка повинна регламентувати форму його здійснення (публічний аукціон, закриті переговори), ступінь активності торговельного підприємства в пошуку постачальників, повноваження окремих осіб щодо прийняття рішень з питань закупівлі.

Розробка регламенту закупівельного процесу є вкрай необхідною з врахуванням масштабів збитків, які може завдати торговельному підприємству неефективна діяльність закупівельників або їх шахрайство.

Вагоме значення має також визначення методів підбору, розвитку і мотивації персоналу, створення морально-етичних бар'єрів, що перешкоджають здійсненню навмисних порушень (спеціальне тестування кандидатів при прийнятті на роботу; перевірка рекомендацій і всіх життєвих фактів кандидата; створення системи взаємного контролю співробітника; побудова ефективної мотивації персоналу відділу закупівель), а також технічні методи, спрямовані на усунення або обмеження можливості змови

між закупівельниками та працівниками постачальників (тендерні процедури, закупівельні комітети, обмеження особистих контактів, документування переговорного процесу, ротація закупівельників тощо).

РОЗДІЛ 2

ТОВАРОЗНАВЧА ОЦІНКА ЕЛЕКТРОМЕХАНІЧНИХ МАШИНОК

2.1 Організація, об'єкти та методи досліджень

Об'єктом дослідження є електромеханічні іграшки.

Предметом дослідження в роботі виступають показники безпеки та якості електромеханічних іграшок та процес організації постачання іграшок на підприємство ПрАТ «Дитячий світ Київ».

Схема дослідження наведена рис.2.1.



Рис. 2.1. Загальна схема дослідження

ПрАТ «Дитячий світ Київ» - лідер продажів дитячих іграшок, одягу, взуття відомих брендів, серед яких - LEGO, FisherPrice, Mattel, Smoby, Columbia, Outventure, Puma, CAT та інші. У магазині представлено все, що необхідно батькам з дитиною: меблі, автокрісла, коляски, велосипеди, самокати, постільна білизна, подушки та ковдри, покривала і пледи, дитячі ліжечка, дитячі матраци, манежі, стільчики для годування, м'ячі, ролики, спортивна взуття, спортивний одяг, канцелярія, ранці, рюкзаки, пенали, шкільна форма і багато іншого. Ми продаємо тільки сертифікований товар, який має гігієнічні висновки.

Для визначення показників якості в товаровзнавстві застосовують різні методи, які ґрунтуються на правилах застосування певних принципів і засобів випробувань. До засобів випробувань можуть відносити технічний пристрій, речовину та/або матеріал для проведення випробувань. Всі методи, за способом отримання інформації про той чи інший показник якості згруповані у наступні розділи та класи: інструментальний, експертний, аналітичний, органолептичний, розрахунковий, соціологічний.

В роботі було використано наступні методи:

- Розрахунковий метод в третьому розділі з метою дослідження ефективності процесу постачання електромеханічних іграшок на ПрАТ «Дитячий світ Київ»

Метод заснований на одержанні інформації розрахунком. Показники розраховуються за математичними формулами, за параметрами, знайденими іншими методами, наприклад вимірювальним. Часто розрахунковий метод використовують для прогнозування або визначення оптимальних (нормативних) значень та при проведенні непрямих вимірювань.

- Експертний метод в другому розділі при визначенні конкурентних переваг електромеханічних іграшок на ПрАТ «Дитячий світ Київ».

Метод заснований на обліку думок фахівців-експертів та застосовується

у тих випадках, коли показники якості не можуть бути визначені іншими методами через недостатню кількість інформації, необхідність розробки спеціальних технічних засобів і т.п. Експертний метод є сукупністю декількох різних методів, які являють собою його модифікації.

При використанні експертного методу для оцінки якості формують робочу та експертну групи. Робоча група організовує процедуру опитування експертів, збирає анкети, обробляє і аналізує експертні оцінки. Експертна група формується з висококваліфікованих фахівців у галузі створення і використання оцінюваної продукції: товарознавці, маркетологи, дизайнери, конструктори, технологи та ін.

- Аналітичний метод у першому та другому розділі при вивченні стану та перспектив розвитку ринку та асортименту електромеханічних іграшок. Метод передбачає дослідження, за якого явище або об'єкт дослідження розкладається на частини, кожна з яких вивчається окремо. Цей метод дає можливість вивчити окремі сторони явища та об'єкта, зробити ряд наукових абстракцій. До аналітичних методів відносяться методи управління (аналіз, діагностика, прогнозування, програмування і планування) і систематизації (ідентифікація, класифікація, узагальнення, кодування).

Аналіз – це поділ досліджуваного об'єкта на складові елементи, виділення окремих його ознак, властивостей і операцій (базується на вивченні експериментальних даних). Порівняння – це метод, заснований на зіставленні об'єктів для виявлення спільності та відмінності між ними. Для порівняння окремих елементів необхідно їх виділення за допомогою аналізу, тому ці два методи застосовуються спільно у формі порівняльного аналізу або комплексного методу. Метод був використаний з метою аналізу відношення респондентів до асортименту електромеханічних іграшок ПрАТ «Дитячий світ Київ».

- Соціологічний метод у другому розділі з метою виявлення переваг споживачів щодо асортименту та якості електромеханічних іграшок.

Метод заснований на зборі та аналізі думок споживачів. Збір думок

споживачів здійснювався за допомогою анкетування, що дало змогу одержати інформацію від безпосередніх користувачів.

Анкетне опитування полягало в тому, що респондент самостійно працював з анкетною, тобто розумів, обмірковував і відповідав на питання у відповідності зі своїми знаннями, переконаннями, ціннісними орієнтаціями.

Схема процесу складання анкети складається з наступних етапів, послідовність яких умовна, оскільки всі вони тісно взаємопов'язані і визначають один одного (рис.2.2).



Рис. 2.2. Схема процесу складання анкети

У першій частині анкети нотується назва організації та установи, яка проводить дослідження, пояснюється мета дослідження, гарантується анонімність відповідей, викладаються правила заповнення анкети,

підкреслюється важливість та цінність відповідей респондента.

В основній частині викладаються запитання, які поступово розкривають зміст проблеми. Ця частина анкети за змістом найбільш вагома та складна. Запитання повинні враховувати психологію респондента. Запитання викладають блоками, у чіткій логічній послідовності. Головна мета запитань анкети полягає в тому, щоб зацікавити респондента, включити його поступово в процес співпраці з анкетною. Далі пропонуються запитання складніші, які виявляють соціальні установки та орієнтації респондента, оцінки та судження, які мають прямий стосунок до основної теми дослідження.

У заключній частині тексту анкети пропонуються різного характеру контрольні запитання, мета яких — поглибити та уточнити інформацію, яка була отримана у відповідях на попередні запитання.

Відомо, що добре опрацьована анкета має бути заповнена не більше, ніж за півгодини. За більший проміжок часу настає психологічна втома й увага до анкети спадає.

Отже, об'єктом дослідження є електромеханічні іграшки, в межах вивчення яких предметом дослідження є безпечність та якість, процес постачання електромеханічних іграшок на ПрАТ «Дитячий світ Київ». В дипломній роботі для досягнення поставленої мети були використані наступні методи дослідження: розрахунковий, експертний та соціологічний методи. Результати використаних методів досліджень наведені в таблицях та рисунках в наступних розділах, трудомісткі розрахунки було проведено з використанням ЕОМ (стандартних та адаптованих програм в середовищі Windows).

2.2 Товарознавча оцінка асортименту електромеханічних машинок в ПрАТ «Дитячий світ Київ»

Оцінка асортименту ПрАТ «Дитячий світ Київ» є одним із основних напрямків аналізу діяльності підприємства. Існує ряд методів та інструментів

оцінки асортименту, одним із яких є класифікація іграшок за віковим призначенням.

Класифікація іграшок за віковим призначенням має в товарознавстві теоретичне і практичне значення. Теоретичне обґрунтування класифікації полягає в тому, що при розробці нових зразків іграшок необхідно перш за все враховувати, на кого вони розраховані і яким повинен бути їх виховний ефект. Діти різного віку значно відрізняються рівнем свого розвитку, у них по-різному проявляються інтереси до оточуючих їх предметів і явищ. Вони з цікавістю грають в ті іграшки та ігри, які їм зрозумілі, тобто сприяють їх підготовленості. Практичне значення проявляється при продажу іграшок дитячим установам і окремим покупцям, а також при розміщенні іграшок в спеціалізованих магазинах з таким розрахунком, щоб допомогти покупцям вибрати іграшки для своєї дитини.

Розподіл іграшок на ПрАТ «Дитячий світ» за цією класифікацією представлено на діаграмі (рис. 2.3).



Рис. 2.3. Структура асортименту іграшок за віковим призначенням на ПрАТ «Дитячий світ Київ», у 2018 р., %

Встановлено, що в магазині переважають іграшки для дітей шкільного віку (40%). Це пов'язано з тим, що діти в цьому віці прагнуть все знати, їм

необхідні пізнавальні технічні іграшки - мозаїки, пазли, набори для випилювання по дереву або набори для вишивання, іграшки для закріплення знань, отриманих в школі. Також, виходячи з результатів аналізу по даній класифікації можна зробити висновок, що ПрАТ «Дитячий світ» необхідно поповнити асортимент електромеханічних іграшок.

Залежно від матеріалу, з якого виготовляють іграшки, їх підрозділяють на підгрупи: пластмасові, металеві, дерев'яні, керамічні, гумові, м'яконабивні, картонажні тощо.

Розподіл іграшок в ПрАТ «Дитячий світ» за цією класифікацією представлено на діаграмі (рис. 2.4.):

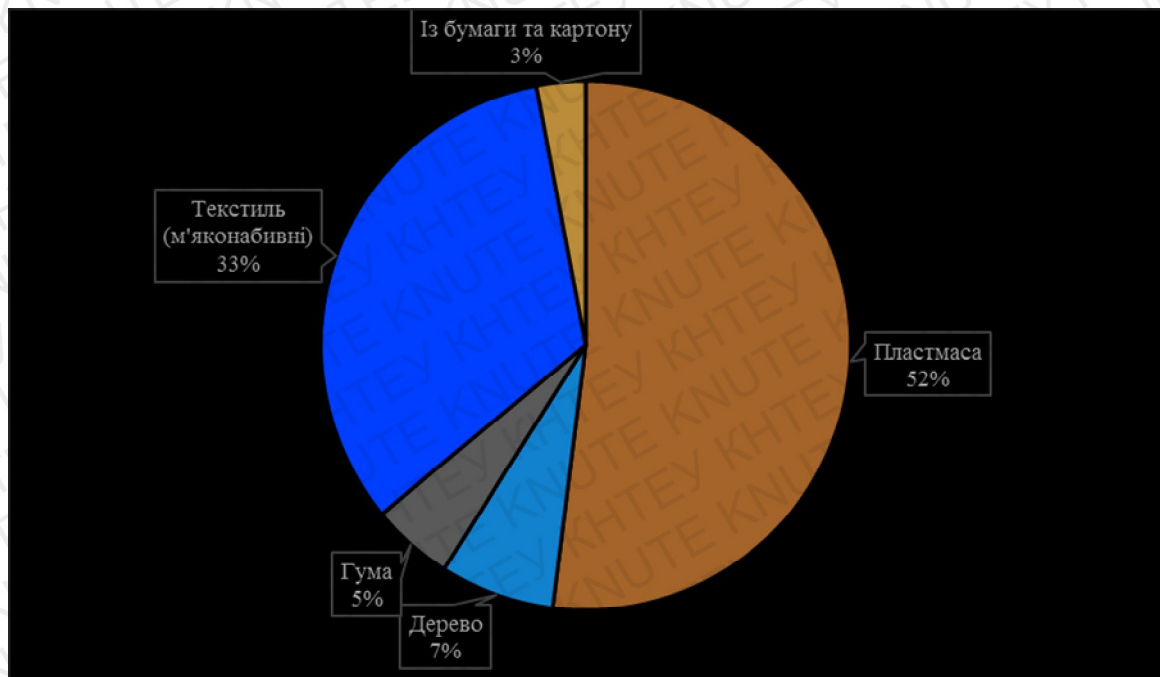


Рис. 2.4. Структура асортименту іграшок за матеріалом виготовлення на ПрАТ «Дитячий світ Київ», у 2018 р., %

За даними аналізу структури асортименту іграшок ПрАТ «Дитячий світ Київ» за матеріалом виготовлення встановлено, що в більшій кількості представлені пластмасові іграшки (52%). Це безпосередньо пов'язано з їх легкістю, хорошою пластичністю, надійністю забарвлення, витонченістю, різноманітністю форм і конструкцій, низькою вартістю. Вони безпечні, тому

що не мають ріжучих і колючих крайок, виступів, хімічно стійкі. З ними можна грати у воді, наливати в них воду, мити в гарячій воді, а деякі і кип'ятити. Також велика частка іграшок зроблених з текстилю (33%), це говорить про те, що іграшки з текстилю користуються високим попитом серед споживачів. Магази́ну слід звернути увагу на асортимент іграшок з картону (3%) та дерева (7%), адже ці види іграшок виготовлені з екологічно чистого матеріалу і більш демократичні в ціні.

Далі представлена структура асортименту іграшок за видами у ПрАТ «Дитячий світ Київ» (рис. 2.5).

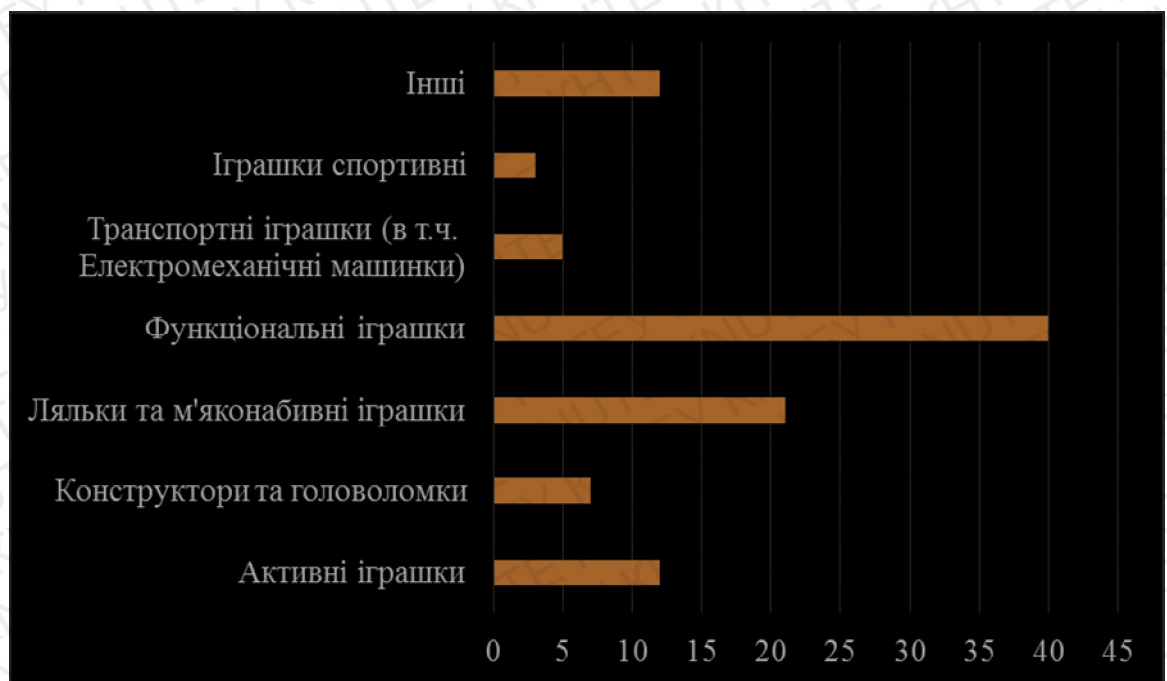


Рис. 2.5. Структура асортименту іграшок за видами, ПрАТ «Дитячий світ Київ» у 2018 р., %

Також, потрібно відзначити, що структуру асортименту важливо розділяти відповідно до країни походження продукції. Залежно від країни-виробника іграшки можна поділити на вітчизняні та закордонні (рис. 2.6.).

Асортимент електромеханічних іграшок, що представлений в ПрАТ «Дитячий світ Київ» розподілений не рівномірно: 20% належить українським виробникам та лівова частка усього асортименту належить закордонним

виробникам 80%. Це означає, що вітчизняним споживачам потрібно збільшувати свою присутність у цьому сегменті ринку іграшок, а ПрАТ «Дитячий світ Київ» потрібно знаходити нових українських виробників і залучати їх до співпраці.

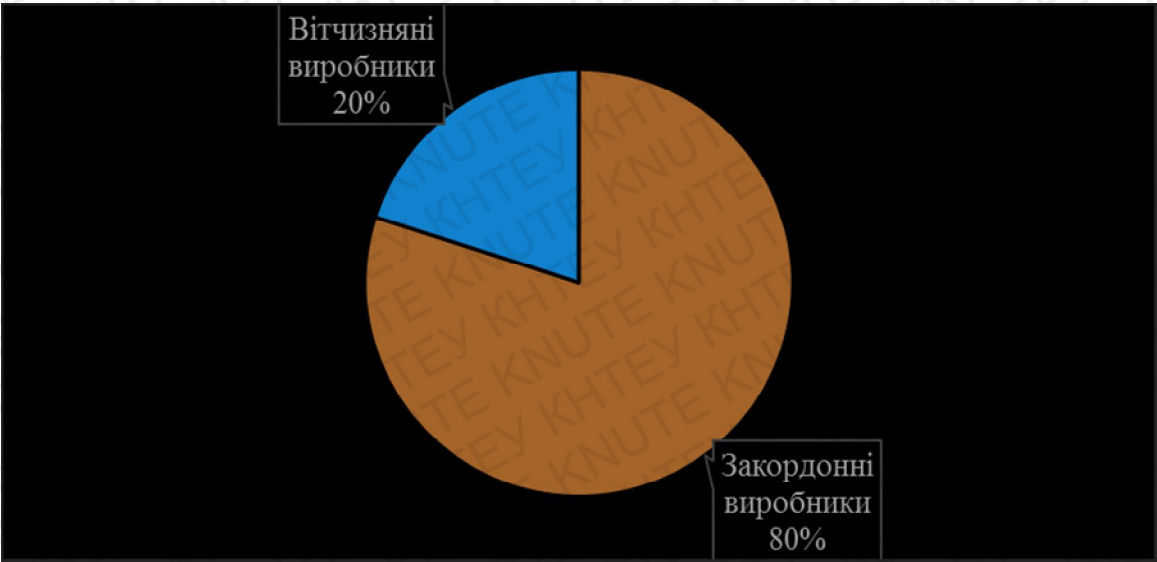


Рис. 2.6. Структура асортименту електромеханічних іграшок за країнами походження на ПрАТ «Дитячий світ Київ», у 2018 р., %

Наступним етапом аналізу асортименту ПрАТ «Дитячий світ Київ» є дослідження відповідно до вікової категорії дитини, якій купується іграшка. Інформація представлена у рис. (2.7).

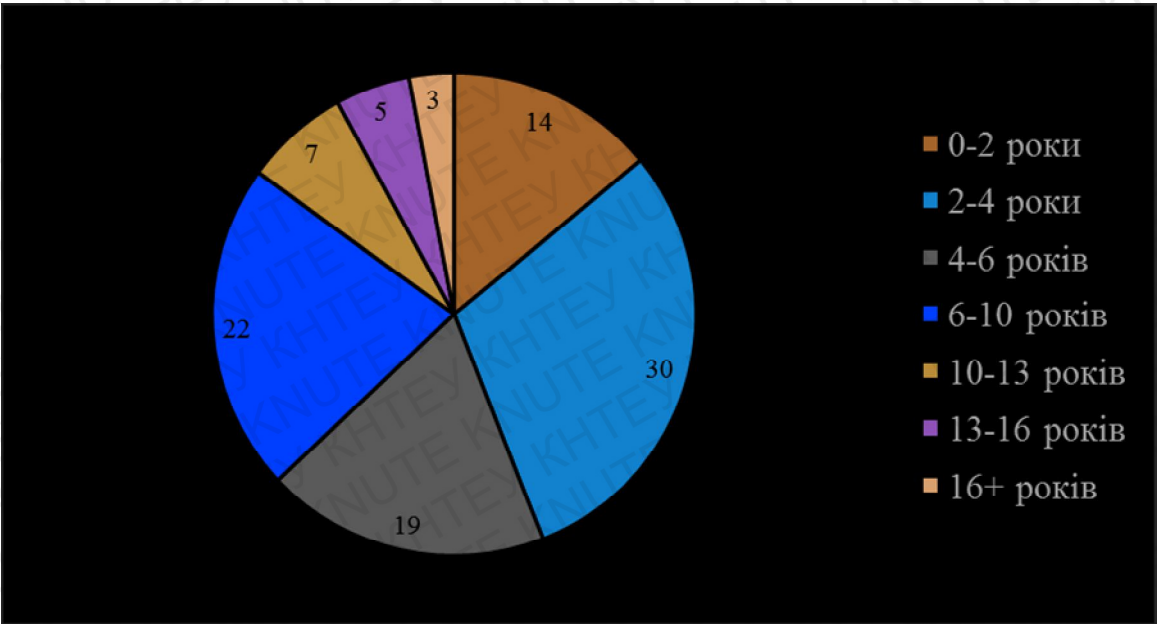


Рис. 2.7 Структура асортименту за віковою категорією дитини, ПрАТ «Дитячий світ Київ» у 2018 р., %

Відповідно до аналізу потрібно відзначити лідируючі групи «від 2 до 4 років» - 30% від загального обсягу та «від 4 до 6 років» - 19% та «від 6 до 10 років» - 22%. Відповідно до цих даних можливо зробити висновок, що більшу увагу споживач приділяє іграшкам першої категорії, відповідно до віку дитини.

Важливо, також, оцінити структуру асортименту електромеханічних машинок за ціною ознакою. Структура асортименту за ціною політикою в ПрАТ «Дитячий світ Київ» представлена на рис. (2.8).

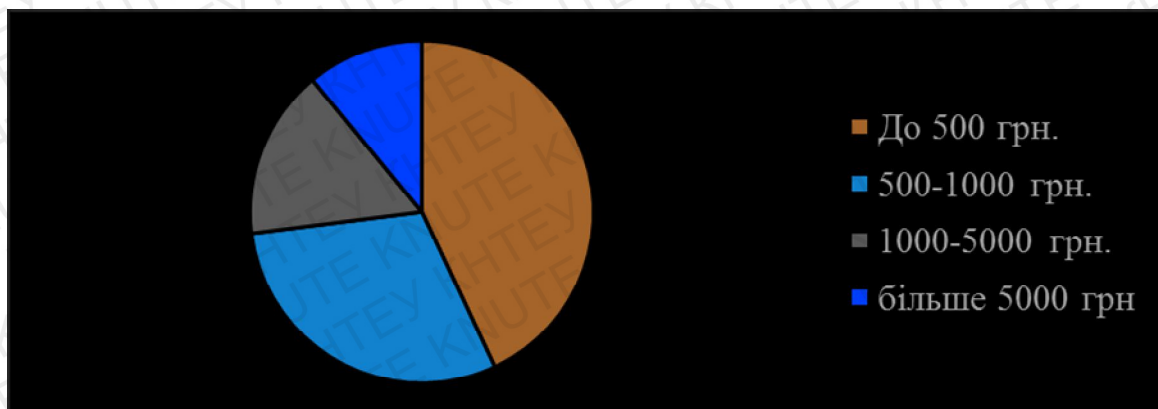


Рис. 2.8. Структура асортименту електромеханічних машинок за ціною політикою на ПрАТ «Дитячий світ Київ», у 2018 р., %

Встановлено, що в ПрАТ «Дитячий світ Київ» представлені у більшій частині іграшки до 500 грн 43%, від 500 до 1000 грн. - 30% та від 1000 до 5000 грн. 16% сегментів і тільки 11% складають дорогі іграшки. Це говорить про доступність цін на електромеханічні машинки в ПрАТ «Дитячий світ Київ», що є дуже позитивною тенденцією для дітей, бо дуже вадливо мати різноманітні іграшки, щоб дитина мала змогу розвиватись різносторонньо.

Відповідно до асортименту електромеханічних іграшок у ПрАТ «Дитячий світ Київ» потрібно відзначити, що найбільшою категорією є

транспортні електромеханічні іграшки (гелікоптери, машинки) – 33%. Наступною групою за питомою вагою є електромеханічні ляльки – 27 % рис. (2.9).

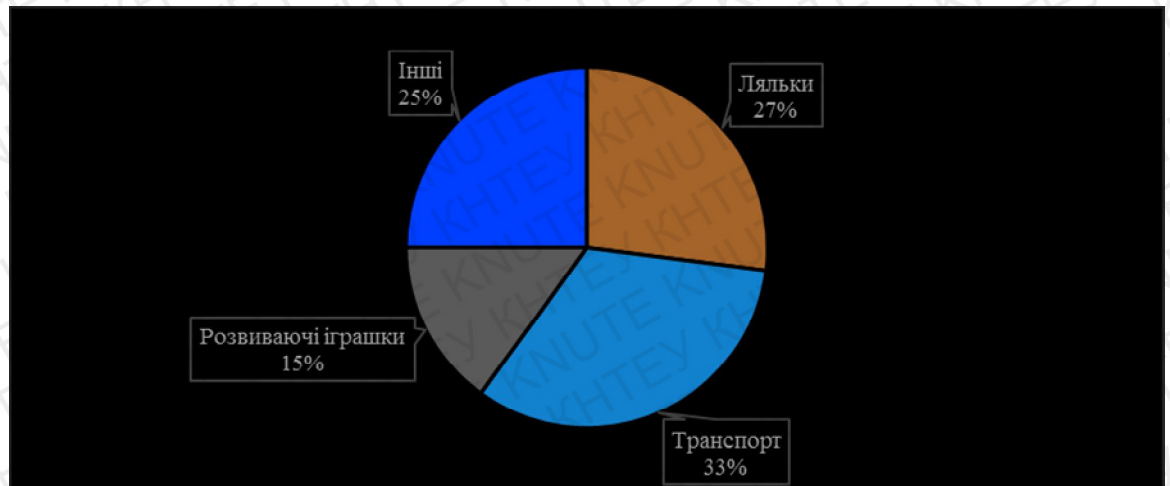


Рис. 2.9. Структура асортименту електромеханічних іграшок за видами, ПрАТ «Дитячий світ Київ» у 2018 р., %

Наступним етапом аналізу асортименту електромеханічних іграшок є визначення структури за брендами-виробниками. Інформація представлена у рис. (2.10).

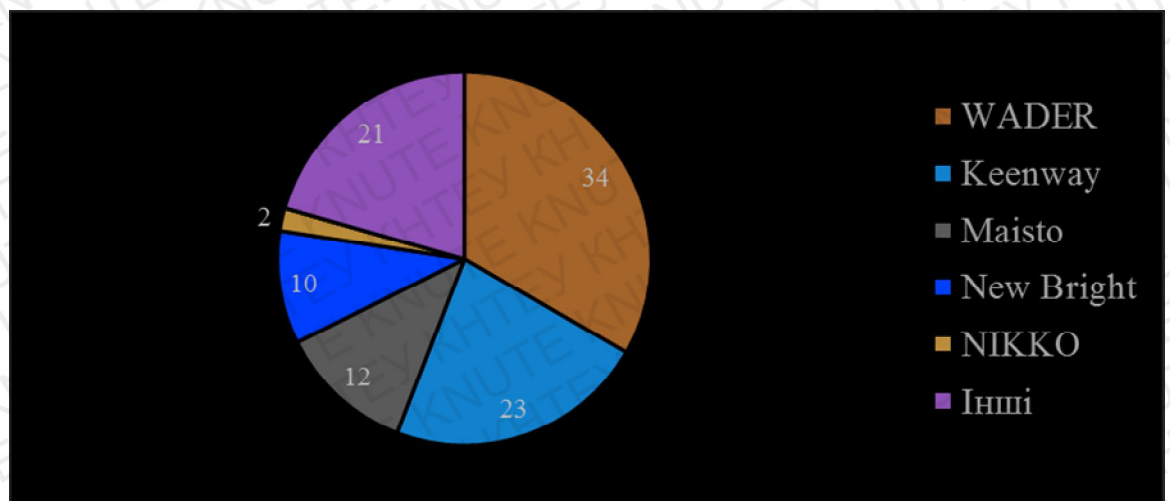


Рис. 2.10. Структура асортименту електромеханічних іграшок за брендами-виробниками, ПрАТ «Дитячий світ Київ» у 2018 р., %

Відповідно до аналізу структури асортименту електромеханічних іграшок за брендами-виробниками, потрібно відзначити, що лідируючі позиції займає виробник WADER (34%), другим за відсотком до загального асортименту електромеханічних машинок є Kennway (23%).

Також, брендами-виробниками електромеханічних машинок є Maisto (12%), New Bright (10%) та NIKKO (2%). Аналізуючи загалом, потрібно зазначити значну кількість невеликих брендів, представлених у продажі, що складають 21 % від загального обсягу товарного асортименту електромеханічних машинок.

Відповідно до аналізу асортименту ПрАТ «Дитячий світ Київ», можливо зробити наступні висновки. Найбільший обсяг іграшок за віковим розподілом займають іграшки для дітей шкільного віку – 40% від загального обсягу іграшок в цілому. Щодо матеріалів, то більше усього пластмасових та текстильних іграшок – 52% та 33% відповідно.

Аналізуючи асортимент за видовим розподілом потрібно відзначити найбільшу групу – функціональні іграшки, що від загального обсягу має 40%. Найбільша кількість іграшок, що представлені у ПрАТ «Дитячий світ Київ» вироблені закордоном.

Щодо споживачів та їх відношення до асортименту, потрібно відзначити, що найбільшою популярністю користуються іграшки для дітей від 2 до 4 років – 30% від загального продажу іграшок в цілому.

Аналізуючи електромеханічні іграшки, представлені у ПрАТ «Дитячий світ Київ» потрібно відзначити, що найбільшою популярністю користуються іграшки в цінovій категорії до 500 гривень. Найпопулярнішим брендом, під яким продаються іграшки є WADER – 34% від загального обсягу електромеханічних іграшок. Найпопулярнішим типом електромеханічних іграшок є транспортні іграшки.

2.3 Виявлення переваг споживачів щодо асортименту та якості електромеханічних машинок

Задля вивчення переваг споживачів щодо асортименту та якості електромеханічних машинок, представлених у ПрАТ «Дитячий світ Київ», було проведено опитування, в якому прийняли участь 100 осіб. Була складена анкета, яка складалася із 8 питань (див.дод. Б)

Усі опитані цікавилися та купували електромеханічні іграшки, що дозволяє зробити висновок щодо актуальності опитування та реальності його інформації.

В рамках опитування було визначено задоволення асортиментом електромеханічних машинок у ПрАТ «Дитячий світ Київ», визначено ключові характеристики, на які звертають увагу споживачі при виборі електромеханічних іграшок, та виявлено причини незадоволеності присутніми моделями на ринку та у ПрАТ «Дитячий світ Київ».

У опитуванні приймали участь 17 жінок та 83 чоловіки. (рис. 2.11).

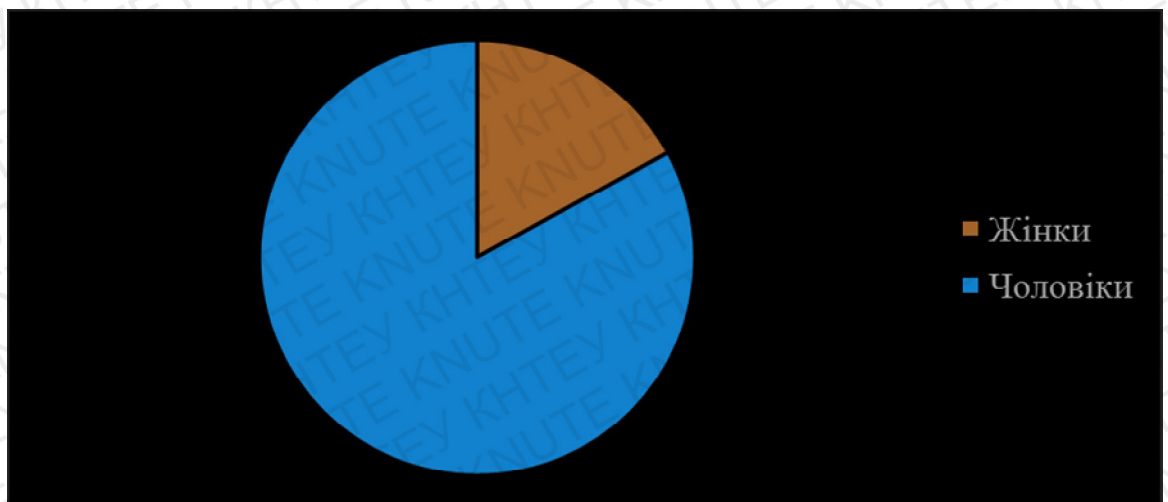


Рис. 2.11. Структура респондентів за статеву ознакою, %

Також, за допомогою опитування було отримано інформацію щодо вікової ознаки споживачів, що зацікавлені у купівлі електромеханічних машинок (рис. 2.12).

Відповідно до опитування, встановлено, що найбільшою групою за віковою ознакою є учасники віком від 18 до 29 років (48% від загального обсягу опитуваних).

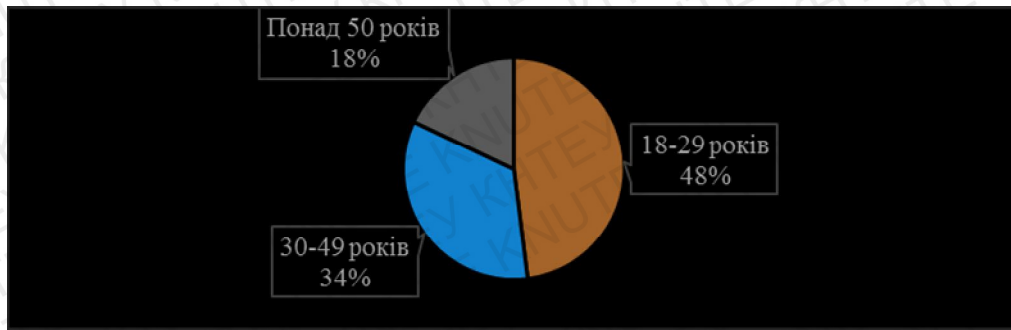


Рис. 2.12. Структура респондентів за віковою ознакою, %

Другою за розміром є категорія опитуваних від 30 до 49 років – 34%. Ця інформація дозволяє зробити висновок, що у більшості зацікавлені споживачі – молоді люди.

Наступним етапом аналізу є визначення наявності дитини в сім'ї опитуваних (рис. 2.13).

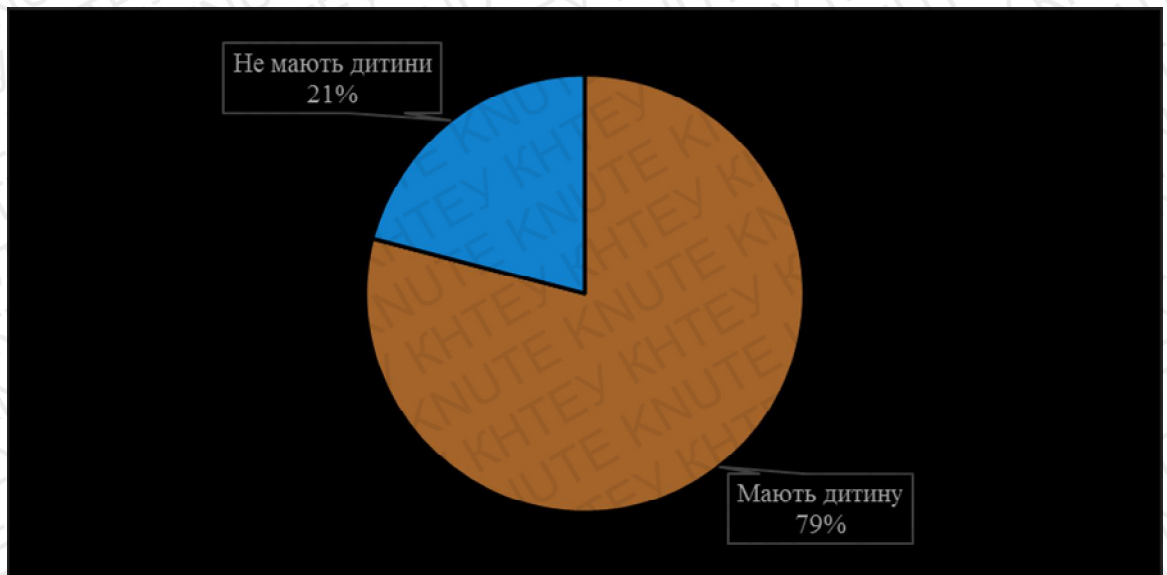


Рис. 2.13. Структура респондентів за наявністю дитини, %

Відповідно до опитування, потрібно відзначити участь найбільшої категорії споживачів – батьків (79%). Це дозволяє допустити, що купівля електромеханічної машинки зроблена з метою подарунку дитині.

Наступним етапом аналізу отриманих від опитування даних є визначення цілі купівлі електромеханічної машинки. (рис. 2.14). Відповідно до опитування було отримано наступні дані:

- купівля на подарунок – 39%;
- купівля собі – 17%;
- купівля дитині – 44%;

Ця інформація дозволяє зробити висновок, що купівля в більшій мірі направлена на подарунки для дитини.

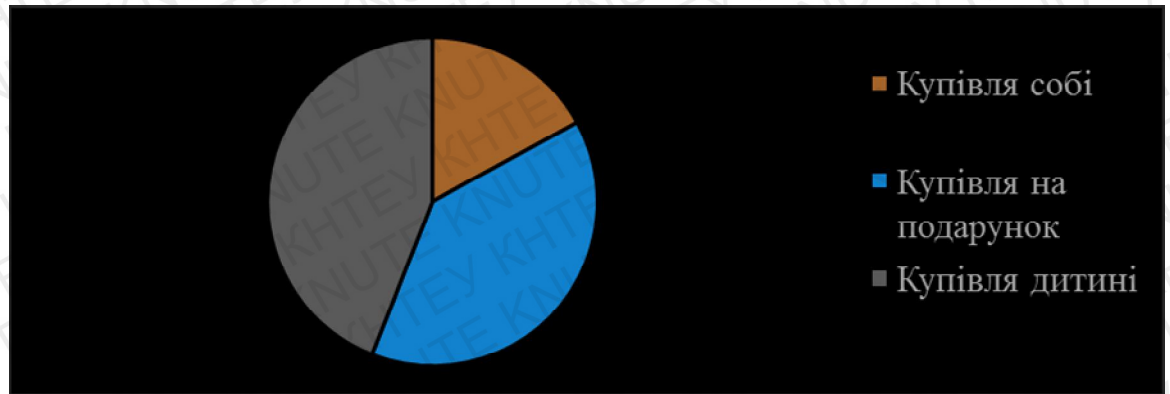


Рис. 2.14. Структура респондентів за причиною купівлі електромеханічної машинки, %

Наступним етапом оцінки інформації, отриманої від опитування щодо споживачів електромеханічних машинок є аналіз ступеню задоволеності асортиментом, представленим ПрАТ «Дитячий світ Київ». (рис. 2.15).

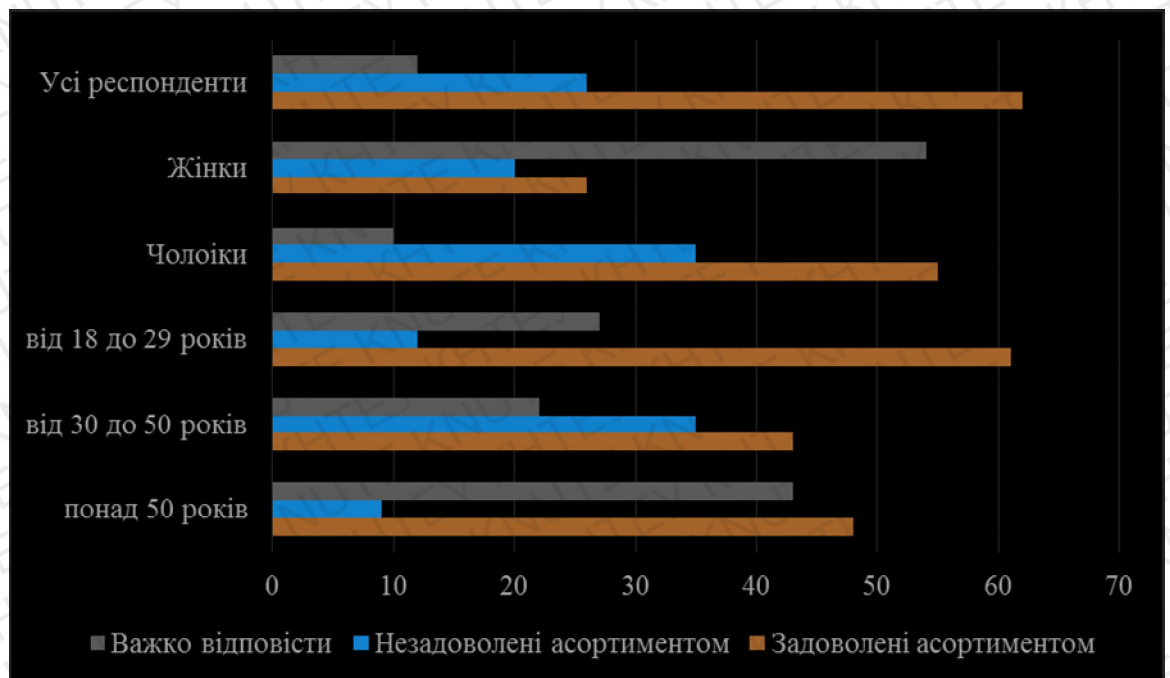


Рис. 2.15. Ступінь задоволення асортиментом ПрАТ «Дитячий світ Київ», %

Потрібно відзначити, що у більшій мірі, без залежності за віковою чи статевою ознакою, споживачі задоволені асортиментом (62% усіх респондентів) представленим у мережі «Дитячий світ Київ».

Проте, існує незначна кількість респондентів, які не можуть відповісти на задане питання чи не задоволені асортиментом. Саме тому, наступним етапом аналізу інформації від респондентів опитування споживачів електромеханічних машинок є визначення причин незадоволеності наявним на ринку асортиментом. (табл 2.1).

Таблиця 2.1

Причини незадоволеності кінцевих споживачів наявним на ринку асортиментом електромеханічних машинок

Причина незадоволеності	Кількість відповідей	Частка від загальної кількості відповідей, %
Безпечність	3	4,11
Довговічність	12	16,44
Зручність користування	17	23,29
Колір	1	1,37
Ціна	16	21,92
Міцність кріплення деталей	2	2,74
Відповідність формам і розмірам	5	6,85
Матеріали корпусу	6	8,22
Досконалість виконання	11	15,07
Разом	73	x

Учасникам були запропоновані 9 характеристик, які вплинули на незадоволеність споживачів асортиментом. Відповідно до отриманої інформації, основними причинами є ціна електромеханічної машинки (21,92% опитаних), зручність використання (23,29%) та довговічність (16,44 %).

Наступним етапом аналізу переваг споживачів було визначено основні характеристики, на які звертали увагу покупці при виборі електромеханічної машинки у ПрАТ «Дитячий світ Київ» (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

**Структура бажань та переваг споживачів щодо придбання
електромеханічних машинок**

Класифікаційна ознака або характеристика	Частка у структурі бажань та переваг кінцевих споживачів, %
Безпечність	12
Довговічність	80
Зручність користування	79
Колір	2
Ціна	90
Міцність кріплення деталей	65
Відповідність формам і розмірам	22
Матеріали корпусу	18
Досконалість виконання	69

Потрібно відзначити, що основними характеристиками, на які звертають увагу споживачі є ціна електромеханічної машинки (90% респондентів), довговічність (80%) та зручність користування (79%).

Відповідено до аналізу видів електромеханічних іграшок, яким надають перевагу респонденти, представленому на рис. 2.16, потрібно відзначити лідируючі показники групи електромеханічних іграшок, щ є копіями транспортних засобів з двигуном (48%).

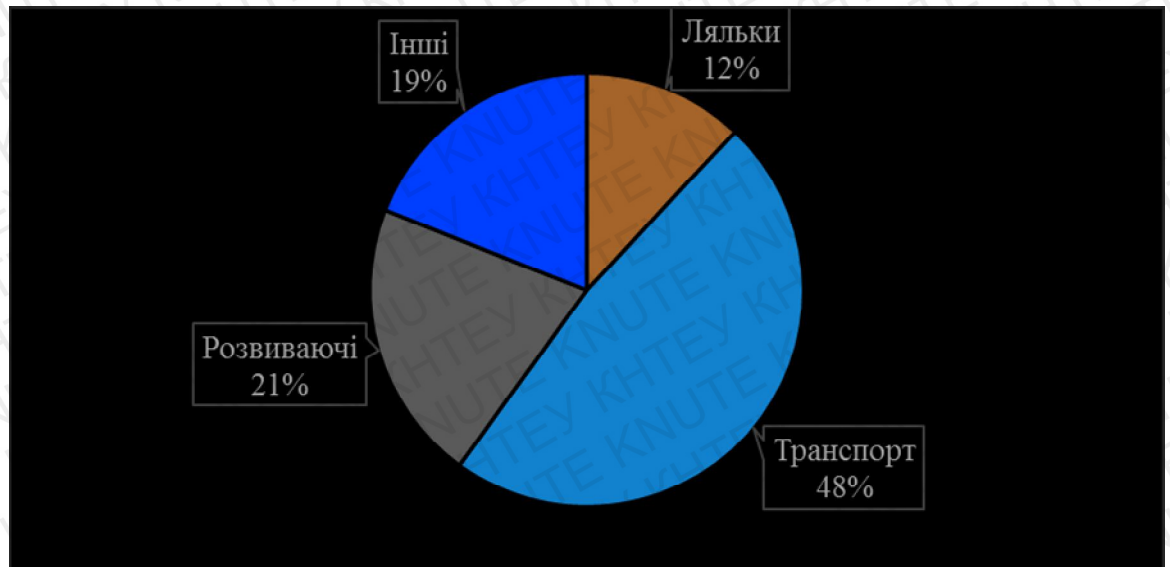


Рис. 2.16. Види електромеханічних іграшок, яким надають перевагу респонденти ПрАТ «Дитячий світ Київ»,%

Аналізуючи бренди, яким надають перевагу респонденти (рис. 2.17), потрібно відзначити два лідируючих – WADER та Keenway (24% та 33% відповідно). Це зумовлено якістю та ціновою політикою брендів.

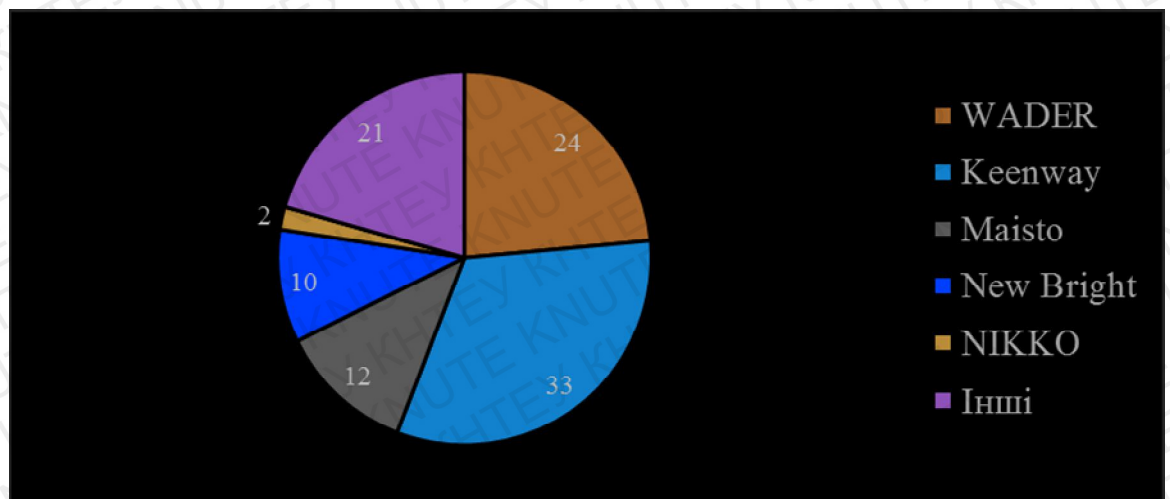


Рис. 2.17. Бренди, яким надають перевагу респонденти ПрАТ «Дитячий світ Київ», %

Аналізуючи споживчі переваги щодо асортименту електромеханічних іграшок, представлених у ПрАТ «Дитячий світ Київ», потрібно відзначити наступні особливості: більшість респондентів (62%) задоволені представленим асортиментом у мережі.

Відповідно до проведеного опитування, було визначено основні характеристики, на які звертають увагу споживачі при купівлі електромеханічних іграшок: ціна електромеханічної машинки (21,92% опитаних), зручність використання (23,29%) та довговічність (16,44 %).

Також, відповідно до дослідження, найбільшою увагою споживачів користуються транспортні електромеханічні іграшки (48%). Можливо зробити висновок щодо потреби розширення асортименту саме цих іграшок, що у ПрАТ «Дитячий світ Київ» представлені у відношенні до загального обсягу 33% - це дозволить збільшити продажі.

Основними брендами електромеханічних іграшок, які є популярними серед споживачів є WADER та Keenway – 24% та 33% відповідно. Відповідно до аналізу асортименту, лідируючим брендом є WADER (34%), а Keenway займає друге місце з 24%. Для збільшення продажів пропонується розширення асортименту саме бренду Keenway.

2.4 Дослідження показників якості та безпечності електромеханічних машинок

Аналізуючи показники якості та безпечності електромеханічних машинок, потрібно відзначити, що згідно з ДСТУ 2165-93 «Іграшки. Терміни та визначення» іграшки класифікують за належністю до асортиментного угруповання, за виховним і віковим призначенням, матеріалами виготовлення, принципом дії або механізмом руху.

Електромеханічні іграшки - це іграшки, в яких використовується мікроелектродвигун.

- За належністю до асортиментного угруповання електромеханічні машинки відносять до групи : транспортні іграшки, техніка, споруди

(іграшки, що відображають різновид транспорту; космічна, будівельна, сільськогосподарська, військова техніка).

- За виховним призначенням електромеханічні машинки відносяться до групи іграшок, які знайомлять дітей з елементами науки і техніки. Іграшки цієї групи в захоплюючій, доступній формі знайомлять дітей з конструкцією і дією окремих машин, механізмів, різних споруд.

- Електронні, електромеханічні (з мікроелектродвигунами), аеродинамічні, магнітні, пневматичні іграшки; радіо- і телекеровані іграшки та інші технічні іграшки сприяють розвитку у дітей уваги, кмітливості, творчої думки, вчать розуміти і читати креслення, розбиратися в монтажі [4].

Для оцінки безпечності та якості експертами було обрано 3 моделі електромеханічних іграшок, які представлені на ринку України і заслужили довіру покупців та є найпопулярнішими серед інших аналогічних товарів (табл.2.3).

Таблиця 2.3

Характеристика досліджуваних зразків

Показник	Зразок №1	Зразок №2	Зразок №3
Зовнішній вигляд			
Розміри, мм (Д*Ш*В)	779*540*350	500*340*224	582*416*210
Вага, г	8660	2540	5060
Кліренс, мм	102	74	98
Привід	4WD	4WD	4WD
Матеріал корпусу/рами	Композитний нейлон	Композитний нейлон	Композитний нейлон
Регулятор оборотів двигуна	Velineon VXL-8s	ESC VXL-3s	ESC EVX-2
Двигун	Velineon 1200XL 1275 KV	Velineon® 3500 Brushless	2 x Titan 21T 550
Тип двигуна	Електричний,	Електричний,	Електричний,

	безколекторний	безколекторний	колекторний
Швидкість, км/г	до 100	до 80	до 50
Амортизатори	Маслонаповнені, пружинні	Маслонаповнені, пружинні	Маслонаповнені, пружинні
Ціна, дол США	150	140	145

Електромеханічні іграшки - це іграшки, в яких використовується мікроелектродвигун.

- За належністю до асортиментного угруповання електромеханічні машинки відносять до групи : транспортні іграшки, техніка, споруди (іграшки, що відображають різновид транспорту; космічна, будівельна, сільськогосподарська, військова техніка).
- За виховним призначенням електромеханічні машинки відносяться до групи іграшок, які знайомлять дітей з елементами науки і техніки . Іграшки цієї групи в захоплюючій, доступній формі знайомлять дітей з конструкцією і дією окремих машин, механізмів, різних споруд.
- Електронні, електромеханічні (з мікроелектродвигунами), аеродинамічні, магнітні, пневматичні іграшки; радіо- і телекеровані іграшки та інші технічні іграшки сприяють розвитку у дітей уваги, кмітливості, творчої думки, вчать розуміти і читати креслення, розбиратися в монтажі.

Якість електромеханічних іграшок оцінюють органолептично та за фізико-хімічними показниками з обов'язковим випробуваннями їх на безпеку. Крім того, оцінюють художнє оформлення індивідуальної упаковки, також правильне оформлення етикеток. У процесі приймання електромеханічної іграшки зразків №1-3 підлягли 100% перевірці.

У роздрібній торгівлі приймання електромеханічних іграшок здійснюється за органолептичними показниками. Нормативно-технічною документацією до них встановлено конкретні норми допусків дефектів зовнішнього вигляду матеріалів, складання й оздоблення іграшок.

Електромеханічні іграшки за зовнішнім виглядом і забарвленням повинні відповідати зразку-еталону, затвердженому в установленому порядку.

Доброякісні іграшки повинні мати правильну форму, гарний вигляд, безвідмовно працювати та відповідати гігієнічним та санітарним вимогам.

Якість виробничого виконання. У транспортних іграшках колеса повинні бути без перекосів, легко обертатися та не випадати. Відповідно до вимог – якість виготовлення колес іграшок електромеханічних на високому рівні, без зовнішніх пошкоджень та міцно тримаються конструкції.

У металевих електромеханічних іграшках деталі міцно з'єднуються, заводний механізм – справно працює, або кріплення деталей забезпечує безвідмовність користування іграшками. У металевих конструкторах всі деталі виготовлені без перекосів, задирок, гострих ріжучих країв. З'єднувальні гвинти і гайки мають добре різьблення, вільно загвинчуватися та вигвинчуватися.

Пластмасові електромеханічні іграшки міцні й пружні: при натисканні пальцем на поверхню не залишаються сліди прогину на корпусі, колесах.

У гумових та пластмасових деталях електромеханічних іграшок №1-3 не має сторонніх інгредієнтів, злипання поверхні, липкості зовнішньої поверхні, тощо. Характеристика рівня стороннього запаху представлена у табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Оцінка інтенсивності запаху електромеханічних машинок

Інтенсивність запаху	Характеристика	Опис характеру запаху
	Ніякого запаху	Відсутність запаху
1	Дуже слабкий	Запах, зазвичай непомітний, але виявляється досвідченим дегустатором
2	Слабкий	Запах, що виявляється недосвідченим дегустатором, якщо звернути на це його увагу
3	Помітний	Запах, що легко помічається і може викликати нехвальний відгук
4	Чіткий	Запах, що звертає на себе увагу і визначає негативний відгук
5	Дуже сильний	Запах настільки сильний, що викликає неприємні відчуття

Рівень стороннього запаху усіх видів іграшок не повинен перевищувати

1 балу (табл. 2.4), для виробів з гуми (латексу) – 2-х балів (за винятком іграшок з гуми (латексу), призначених для дітей віком до 3 років, рівень запаху яких повинен бути також не більше одного балу), результати досліджень рівня стороннього запаху наведені у додатку В.

Рівень звуку, що створюється електромеханічною іграшкою нормується для гри в приміщенні, для гри на відкритому повітрі та для звуку іграшки, що видає імпульсний шум у якості ігрового моменту. (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

**Гранично допустимі рівні шуму за місцем використання
електромеханічної іграшки**

Назва показника	Гранично допустимі рівні, дБА
Іграшка для гри в приміщенні	65,0
Іграшка для гри на відкритому повітрі	75,0
Іграшка з імпульсним шумом в якості ігрового моменту	Не більше 95,0

Відповідно до вимог щодо допустимих рівнів шуму за місцем використання електротехнічних іграшок, було проведено тестування використання іграшок у приміщенні та на відкритому повітрі. Для проведення дослідження використовувався побутовий шумомір PCE-MSL-1, що був закріплений на електромеханічній машинці під час використання, результати досліджень рівня шуму наведені у додатку В.

Конструкція, вага, розміри електромеханічних іграшок повинні відповідати морфофункціональним особливостям дітей тих вікових груп, для яких вони призначені. (таблиця 2.6).

Таблиця 2.6

Максимальна вага іграшки за віковою групою дитини

Вікові групи дітей	Максимальна вага іграшок, грам
Від 0 до 1 року (ранній вік)	100,0
Від 1 року до 3-х років (ясельний вік)	150,0
Від 3 до 6 років (дошкільний)	350,0
Від 7 (6) до 10 років (молодший шкільний)	500,0

вік)	
Від 11 до 14 років (середній шкільний вік)	800,0
Максимальна вага транспортних іграшок визначається у відповідності з діючими в Україні нормативними документами, погодженими МОЗ України	

Аналізуючи гігієнічні вимоги до якості та безпеки електромеханічних іграшок, потрібно зазначити наступні вимоги:

1. Електромеханічні машинки не повинні мати тріщин, задирок, сколів. Нефункціональні гострі пружини, крайки, ребра та кути повинні бути притуплені.

2. Гострі кінці кріпильних деталей, використаних при виробництві ігор, повинні бути закриті. Цвяхи, шурупи, крім декоративних, повинні бути у рівень або утоплені.

3. Спиральні пружини повинні бути захищені, якщо відстань між двома послідовними вирками (в неробочому стані) більше 3,0 мм або може стати рівним чи більше 3,0 мм при дії на пружину сили 30,0 Н.

4. Електромеханічні іграшки, які складаються з двох та більше частин, з'єднаних за допомогою петельок та мають проміжок між краями деталей, повинні бути виготовлені таким чином, щоб проміжок був менше 5,0 мм або більше 12 мм у залежності від кута відкриття петельки.

Відстань між колесами та корпусом іграшки, який є несучим та може витримати масу дитини, повинен бути менше 5,0 мм або більше 12,0 мм.

5. Механізм керування великогабаритними іграми повинен бути безпечним при експлуатації та відповідати зросту та віку дітей.

6. Мікроелектродвигуни в іграх повинні мати напругу – для дітей віком до 7 років – 12,0 В, а старше 7 років – 18,0 В. Не дозволяється використання автотрансформаторів.

Відповідно до показників було проведено оцінку зразків №1-3, що наведена у (дод. В).

Відповідно даних у (дод. В) потрібно зазначити, що за показниками якості та безпечності зразки №1-3 є безпечними та якісними.

До подачі в торговельну залу іграшки проходили попередню підготовку, яка передбачає: ідентифікацію продукції, перевірку кількості, комплектності, наявності маркування, ярликів і пломб, розпакування, огляд зовнішнього вигляду, перебирання, протирання, чищення, складання, комплектування, перевірку експлуатаційних властивостей.

Одночасно покупцю передається встановлений виробником іграшок необхідний комплект приладь, а для електромеханічних іграшок – заповнений гарантійний талон.

2.5 Оцінка конкурентоспроможності електромеханічних машинок

Незважаючи на не насиченість сегменту іграшкових товарів для дітей в Україні, на ринку спостерігається посилення конкуренції між компаніями, що пояснюється розвитком українських виробників і їх роздрібних мереж.

Конкурентоспроможність товару – це сукупність властивостей об'єкта, що задовольняють ту чи іншу потребу споживача в даний період часу в умовах конкуренції на вільному ринку; здатність продукції бути привабливою для покупця в порівнянні з іншими товарами аналогічного виду і призначення, завдяки кращій відповідності її якісних і вартісних характеристик вимогам даного ринку і споживчим оцінками.

Отже, оцінка конкурентоспроможності товару містить такі етапи:

1. Аналіз ринку і вибір найбільш конкурентоспроможного товару-зразка в якості бази для порівняння та визначення рівня конкурентоспроможності досліджуваного товару.
2. Визначення переліку порівнюваних параметрів (показників) конкурентоспроможності.
3. Визначення коефіцієнта вагомості певних показників для споживачів.
4. Розрахунок інтегрального показника відносної конкурентоспроможності.

Розрахунок інтегрального показника відносної конкуренто-

спроможності товару базується на порівнянні параметрів досліджуваного товару з параметрами товару, який найбільш повно відображає вимоги споживачів.

Для визначення конкурентоспроможності необхідно пройти декілька етапів.

На першому етапі - визначення конкурентоспроможності були обрані одиничні показники якості, які представляють найбільшу цінність для споживача:

X1 – відповідність формі і розміру;

Під час оцінювання показнику проводився експертна оцінка відповідності розміру електромеханічної іграшки до її функціональних можливостей та особливостей.

X2 – довговічність;

Під час оцінювання довговічності оцінювали кліренс, тип привода та двигуна, наявність амортизаторів, регулятор оборотів двигуна, наявність замінних деталей, ремонтпригодність, тощо.

X3 – матеріал корпусу;

Під час оцінювання матеріалів корпусу оцінювалися можливість використання електромеханічної іграшки навулиці, за різних погодних умов, стійкість іграшки до зовнішніх факторів впливу.

X4 – естетичні властивості (колір, цілісність композиції, форма);

X5 – повнота маркування (наявність національного знаку відповідності, вказівка щодо вікової групи, попереджувальних написів, тощо);

X6 – міцність кріплення деталей;

X7 – безпечність;

Під час оцінювання безпечності вважали результати дослідження безпечності зразків за такими показниками - рівень стороннього запаху, рівень звуку, якість конструкції, відповідність віковій групі, якість поверхні іграшки, напруга двигунів.

X8 – ергономічність - оцінювання ергономічності визначалося рівень зручності зразку у використанні;

X9 – досконалість виконання (відсутність дефектів, люфтів, шаткостей, тощо).

На наступному етапі проводилось ранжування (визначення вагомості) кожного з показників. Для визначення коефіцієнтів вагомості проведемо експертне ранжування вищезазначених показників.

Отже, другий етап - визначення вагомості кожного показника (V).

Для обрахунку показників вагомості використовуємо формулу (2.1):

$$V = \frac{S_i}{\sum_{i=1}^n S_i}, \quad (2.1)$$

де V – коефіцієнт вагомості показника;

S_i – сумарний ранг і-показника;

n – кількість показників.

Результати обчислень наведені в (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Результати ранжування експертами показників якості

Експерти	Оцінювальні показники								
	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7	X_8	X_9
1	7	6	4	2	3	1	8	9	5
2	7	6	3	2	4	1	9	8	5
3	5	7	4	1	3	2	9	8	6
4	6	7	4	2	3	1	9	8	5
S	25	26	15	7	13	5	35	33	21
d	7	8	-3	-11	-5	-13	17	15	3
d^2	49	64	9	121	25	169	289	225	9
V	0,14	0,15	0,08	0,04	0,07	0,03	0,19	0,18	0,12

Таким чином показники, що характеризують якість можна виставити у порядку зменшення їхньої вагомості: X_7 - X_8 - X_2 - X_1 - X_9 - X_3 - X_5 - X_4 - X_6 .

Найвагомішими показниками було визначено: безпечність, ергономічність, довговічність.

Наступним кроком є визначення коефіцієнту узгодженості думок експертів. Визначається за формулою (2.2):

$$W_g = \frac{\sum_{i=1}^n (d^2)}{\frac{1}{12} \times m^2 \times (n^2 - n)}, \quad (2.2)$$

де W_g – коефіцієнт узгодженості;

d^2 – відхилення від середньої величини сумарних рангів;

m – кількість експертів;

n – кількість показників.

$$W_g = \frac{960}{\frac{1}{12} \times 4^2 \times (9^2 - 9)} = 0,98$$

Отже, коефіцієнт узгодженості думок експертів становить 0,98, що більше, ніж 0,7 – таким чином думки експертів є узгодженими.

На третьому етапі визначення рівня якості зразків іграшок були встановлені еталонні і бракувальні значення показників якості. Так еталонними стали найбільші можливі і найменші допустимі.

Для цього необхідно визначити комплексний показник якості (КПЯ) для

кожного зразка за формулою (2.3):

$$\text{КПЯ} = \sum_{i=1}^n \alpha_i \times P_i, \quad (2.3)$$

де P_i розраховується за такою формулою (2.4):

$$P_i = \frac{P_{et} - p_i}{P_{et} - P_{br}}, \quad (2.4)$$

де P_{et} – еталонне значення показника;

p_i – значення показника i -зразка;

P_{br} – бракувальне значення показника.

Розрахункові дані занесені до (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

Визначення комплексних показників якості дослідних зразків

Характеристика	Основні показники			Зразок №1		Зразок №2		Зразок №3	
	V	P(етал.)	P(бр.)	p _i	P _i	p _i	P _i	p _i	P _i
Відповідність формі та розміру	0,14	5	2	4	0,8	4	0,8	4	0,8
Довговічність	0,15	5	2	4,5	0,9	4	0,8	4	0,8
Матеріали корпусу	0,08	5	2	5	1	3	0,6	4,5	0,9
Естетичні властивості	0,04	5	2	5	1	3	0,6	4,5	0,9
Повнота маркування	0,07	5	2	5	1	4	0,8	4,5	0,9
Міцність кріплення деталей	0,03	5	2	3,5	0,7	4	0,8	3	0,6
Безпечність	0,19	5	2	3	0,6	3,5	0,7	3	0,6
Ергономічність	0,18	5	2	4,5	0,9	4,5	0,9	4,5	0,9
Досконалість виконання	0,12	5	2	5	1	4	0,8	4,5	0,9
	1	x		0,88		0,76		0,81	

Проаналізувавши отримані результати, можна зробити висновок, що найбільше значення комплексного показника якості отримав зразок №1 – 0,88.

На четвертому етапі визначаємо інтегральний показник відносної конкурентоспроможності.

Для визначення інтегрального показника відносної

конкурентоспроможності експертною групою було згруповано показники у три групи: функціональні, естетичні та економічні.

Першим кроком необхідно розрахувати відносний показник, за формулою (2.5), для 2-х зразків відносно до базового зразка. Зразок №1 має найбільші продажі, саме тому його було обрано базовим зразком.

$$q_1 = \frac{P_x}{P_d}, \quad (2.5)$$

де P_x – значення і-показника зразка;

P_d – значення і-показника базового зразка.

Для обернених показників, таких де значення чим менше, тим краще – використовується обернена формула (2.5).

Наступним кроком є визначення комплексної оцінки окремих груп показників: Р(функціональні), Р(естетичні), Р(економічні). Загальна формула (2.6).

$$P = \sum q_1 \times \alpha_i, \quad (2.6)$$

Завершальним кроком є визначення інтегрального показника відносної конкурентоспроможності за формулою (2.7):

$$I_{пвк} = \frac{P_{функ.} + P_{естет.} + P_{екоп.}}{P_{екоп.}} \quad (2.7)$$

Якщо $I_{пвк} < 1$, то означає, що рівень конкурентоспроможності зразка гірший, ніж товару конкурента.

Якщо $I_{пвк} > 1$ - зразок має вищий рівень конкурентоспроможності зразка, ніж товару конкурента.

Якщо $I_{пвк} = 1$ - рівень конкурентоспроможності досліджуваного і товару конкурента однаковий [70].

Отже, розрахунок інтегрального показника відносної конкурентоспроможності товару базується на порівнянні параметрів досліджуваного товару з параметрами товару, який найбільш повно відображає вимоги споживачів. Для оцінки конкурентоспроможності експертами було обрано 3 зразка, які представлені на ринку України і заслужили довіру покупців та є найпопулярнішими серед інших аналогічних товарів, та проведені усі етапи

визначення конкурентоспроможності, серед яких : були обрані одиничні показники якості, які представляють найбільшу цінність для споживача; для визначення коефіцієнтів вагомості було проведено експертну оцінку вищезазначених показників; далі було визначено коефіцієнт узгодженості думок експертів та були встановлені еталонні і бракувальні значення показників якості. Надалі експертною групою було згруповано показники у три групи: функціональні, естетичні та показники безпечності, та згідно згрупованих даних розраховано значення Іпвк зразків [83].

Розрахункові дані наведені в (табл.2.9).

Таблиця 2.9

Визначення інтегрального показника відносної конкурентоспроможності

Характеристика	Показник		Зразок №2			Зразок №3		
	V	Pd	Px	q1	p1	Px	q1	p1
Функціональні								
Повнота маркування	0,07	5,0	4,0	0,8	0,6	4,5	0,9	0,6
Міцність кріплення деталей	0,03	3,5	4,0	1,14	0,03	3,0	0,85	0,03
Відповідність формі та розміру	0,14	4,0	4,0	1,0	0,14	4,0	1,0	0,14
Ергономічність	0,18	4,5	4,5	1,0	0,18	4,5	1,0	0,18
Довговічність	0,15	4,5	4,0	0,89	0,13	4,0	0,89	0,13
Безпечність	0,19	3,0	3,5	1,16	0,22	3,0	1,0	0,19
					1,3			1,27
Естетичні								
Матеріал корпусу	0,08	5,0	3,0	0,6	0,05	4,5	0,9	0,07
Естетичні властивості	0,04	5,0	3,0	0,6	0,02	4,5	0,9	0,04
Досконалість виконання	0,12	5,0	4,0	0,8	0,1	4,5	0,9	0,11
					0,17			0,22
Економічні								
Ціна	x	150	140	0,93	0,93	145	0,96	0,96
Іпвк	-		-		1,58		1,55	

Таким чином бачимо, що $I_{\text{пвк}} > 1$, це означає, що рівень конкурентноспроможності зразка вище, ніж товару конкурента, а у нашому випадку значення $I_{\text{пвк}}$ зразка №2 дорівнює 1,58 та значення $I_{\text{пвк}}$ зразка №3 дорівнює 1,55. Отже, можемо зробити висновок, що зразок №2 та №3 мають вищу конкурентноспроможність порівняно зі зразком №1.

РОЗДІЛ 3

АНАЛІЗ ТА УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ПОСТАЧАННЯ ЕЛЕКТРОМЕХАНІЧНИХ ІГРАШОК ПРАТ «ДИТЯЧИЙ СВІТ КИЇВ»

3.1 Аналіз організація постачання електромеханічних іграшок ПрАТ «Дитячий світ Київ»

ПрАТ «Дитячий світ Київ» існує вже більше 58 років. Наразі підприємство – одне із найбільших центральних торговельних центрів із продажу дитячих товарів на території України.

Основним видом діяльності ПрАТ «Дитячий світ Київ» є:

- 47.19 Інші види роздрібної торгівлі в неспеціалізованих магазинах;
- 68.20 Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна;
- 56.10 Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування.

Потрібно відзначити, що, наразі, у ПрАТ «Дитячий світ Київ» є 92 партнери, які орендують площу під продаж та надання послуг. Більшість з них пропонують товари та послуги для дітей.

Першочергово пропонується розглянути торгово-технологічну схему «PLANETTOYS», що розміщений у ПрАТ «Дитячий світ Київ».

Доцільно торговельно-технологічний процес на підприємстві будувати за етапами товароруку: операції з товарами до пропозиції їх покупцям; операції безпосереднього обслуговування покупців; додаткові операції з обслуговування покупців.

На якість торговельного обслуговування у компанії істотний вплив мають операції з підготовки товарів до реалізації їх покупцям. До них відносять: доставку товарів у зону приймання; розвантаження транспортних засобів; приймання товарів за кількістю та якістю; доставку в зону зберігання, підготовки до продажу або безпосередньо в торговельний зал

(залежно від ступеня їх готовності); зберігання товарів; підготовку товарів до продажу; переміщення товарів у торговий зал; викладку товарів на торговому устаткуванні (друк буклетів, каталогів, створення Інтернет-сайтів).

Для того щоб забезпечити високий рівень обслуговування покупців у підприємства, необхідно: постійно вивчати попит, який є підставою для складання заявок на завезення товарів; проводити приймання товарів тільки відповідної якості; створити умови для зберігання товарів і підготовки їх до продажу; правильно розміщувати товари в торговельному залі.

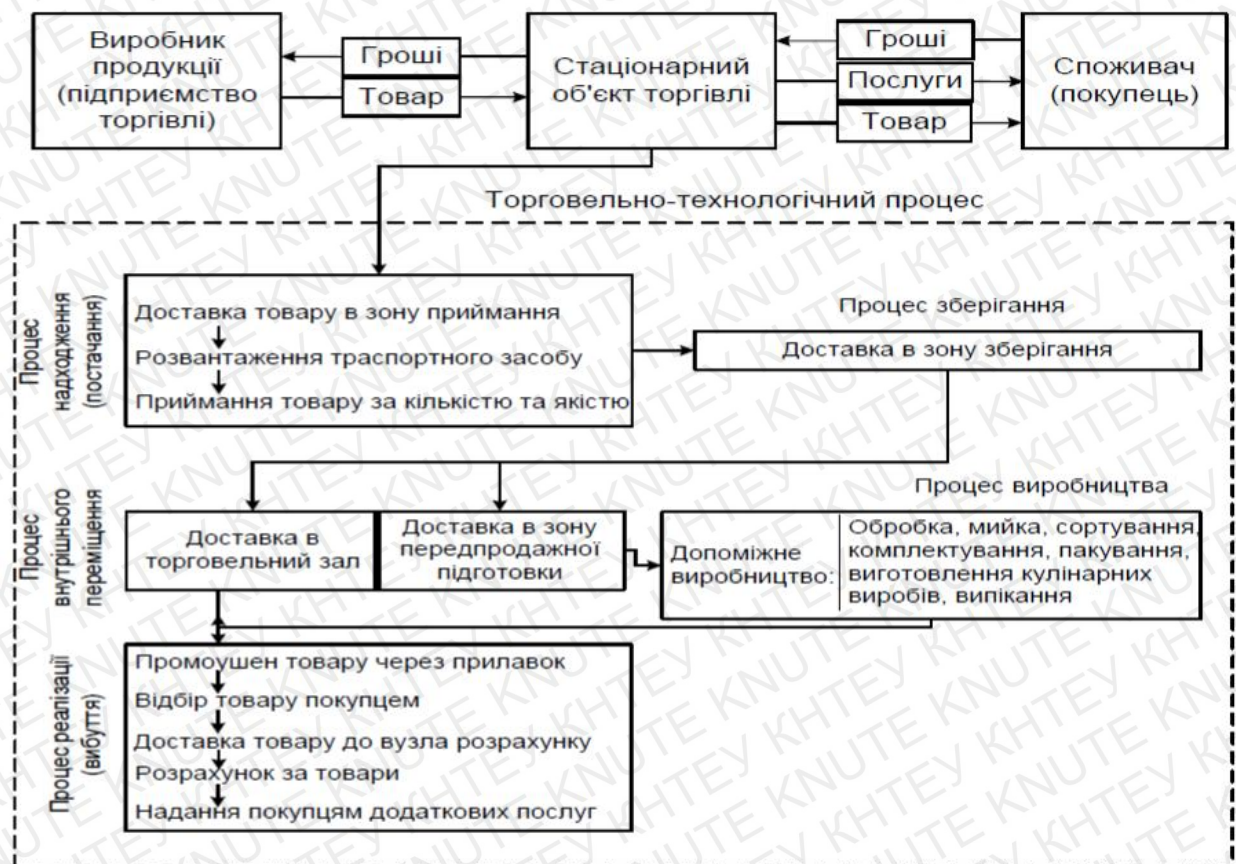


Рис. 3.1. Торгово-технологічний процес

Найбільш відповідальну частину торговельно-технологічного процесу у торговельного підприємства становлять операції з обслуговування покупців, до яких належать: зустріч покупця; пропозиція товарів; відбір товарів покупцями; розрахунок за відібрані товари; надання покупцям додаткових послуг. На цій стадії торговельно-технологічного процесу виникають міжособистісні психологічні контакти, які відображають складні економічні

відносини, пов'язані з купівлею-продажем товарів.

Третя частина торговельно-технологічного процесу на підприємстві включає виконання операцій, пов'язаних з додатковим обслуговуванням покупців. Вони спрямовані на надання їм різноманітних послуг, пов'язаних з придбанням товарів (прийом попередніх замовлень, комплектування подарункових наборів, сервісні послуги і т. д.).

Для аналізу практики управління постачанням іграшок електромеханічних підприємством ПрАТ «Дитячий світ Київ» пропонується розглянути загальний процес поставок електромеханічних іграшок у магазин-партнер, що є орендатором площі у підприємства.

На початковому етапі дослідження процесу постачання вивчали планування матеріальних ресурсів підприємства. Було встановлено, що комерційна служба підприємства формує пакет замовлень для придбання іграшок електромеханічних. Згідно з пакетом замовлень 15 числа поточного місяця формується місячний план наступного для структурних підрозділів торговельного підприємства. Кожному із підрозділів підприємства видається щотижневий план – прогноз відвантаження продукції. Недоліком такого планування є неможливість реалізації точного кількісного прогнозу за окремими позиціями номенклатури на середньостроковий період. Отже, постає проблема невизначеності обсягів реального попиту за окремими позиціями номенклатури.

На другому етапі дослідження здійснювали аналіз постачальників іграшок електромеханічних для компанії. Результати аналізу подано у табл. 3.1. Основним завданням цього аналізу було виявити слабкі місця у діяльності підприємства та ліквідувати їх з використанням логістичного підходу при плануванні й контролі потокових процесів. У (табл. 3.1) наведено інформацію щодо основних конкурентних переваг підприємства, які реалізуються в процесі взаємовідносин із різними контрагентами: постачальниками, споживачами, конкурентами та іншими суб'єктами підприємництва. Як видно з наведеної в таблиці інформації, кількість

постійних постачальників підприємства певною мірою залежить від ринкових позицій підприємства і, відповідно, від кількості конкурентів: ті підприємства, які є основними вендорами і належать до великих або гігантів, мають небагато конкурентів і, навпаки, велику кількість постійних постачальників. Така закономірність пояснюється тривалістю функціонування магазину-партнеру на ринку, значними масштабами реалізації продукції, високою питомою вагою обсягу закупівлі товарів у галузі, які зумовлюють налагодження стабільних корпоративних зв'язків із постачальниками.

Таблиця 3.1

Аналіз логістичного ланцюга поставок

Характеристика	Значення
Постачальники	«WADER», «Keenway», «Maisto», тощо
Критерії вибору постачальників	вартість та якість матеріальних ресурсів, терміни виконання замовлення, імідж постачальника
При постачанні матеріальних ресурсів використовуються	послуги гуртових, посередників, прямі зв'язки
Потреба у матеріальних ресурсах визначається на підставі	замовлень на продукцію підприємства
Поштовхом до чергової поставки товарів є	очікувана нестача сировини у найближчі дні та планова потреба
При формуванні замовлення за основу береться	оптимальний розмір замовлення
Доставка та відвантаження продукції здійснюється транспортом	власним та спеціалізованих транспортних підприємств
Джерелом інформації про ресурси є	реклама на бігбордах, прайс-листи, письмові повідомлення

Все це впливає на структуру та особливості формування логістичних потоків як у межах підприємства, так і за його межами. Підприємство веде достатньо обґрунтовану політику взаємодії з постачальниками.

Фахівці служби логістики підприємства вважають, що пошук на ринку постачальників та налагодження із ними постійних зв'язків є умовою підвищення ефективності функціонування логістичної системи, оскільки це

позитивно впливає на тривалість виконання замовлень та на якість та надійність постачання матеріально-технічних ресурсів, на зниження рівня витрат постачання, на можливість використання вільних коштів постачальника покупцем та можливість одержання останнім різних позик (товарних і грошових) з боку постачальника.

Процедура закупівель магазину партнеру не є односторонньою, вона обумовлюється вигідними умовами як для постачальника, так і для торговельного підприємства. Для цього кожна сторона визначає мотиви та можливості з купівлі-продажу іграшок електромеханічних (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Взаємовигідні умови між постачальниками та підприємством

Позиції постачальників	Позиції ПрАТ «Дитячий світ Київ»
Забезпеченість торговим асортиментом, виходячи із потреб замовників	Розширення асортименту, збільшення товарообігу
Гарантований обсяг постачання продукції	Орієнтація на якість та 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, вірогідність постачання
Взаєморозрахунки на основі договору	Забезпеченість і стійкість фінансування

Необхідно відзначити, що у зв'язку 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 підприємства особливо актуальним є вибір оптимальної системи закупівель, що сприяє покращенню основних фінансово-господарських показників.

Детальніше зупинимось на системах закупівлі товарів та розглянемо їх. Саме ці системи використовуються у компанії в залежності від розміщення торгових точок, та наявності або відсутності центрального складу забезпечення.

Для певних регіональних магазинів існує суміжна служба - служби замовлення товарів у центральному офісі підприємства (рис. 3.2).



Рис. 3.2 Схема руху замовлення і товарів для централізованої системи замовлення без наявності центрального складу

Однак вагомими є такі критерії, за наявності яких можна прийняти рішення використання 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 торговельним підприємством товарами за встановленим асортиментом. Застосування такої системи сприяє вирішенню певних завдань.

По-перше, необхідно проаналізувати функції та межі відповідальності співробітників відділу. На підприємстві відповідальність за процес постачання та закупівель відповідають посади менеджера зі закупівель та 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.

У свою чергу, 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, визначити точки відповідальності – в магазині чи в центральному офісі. Існують дві зони відповідальності, що відрізняються в залежності від розміру та регіонального розміщення магазинів:

- замовлення здійснюють продавці (відповідальність покладено на магазин);
- функції замовлення виконує центральний офіс.

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

3.2 Оцінка економічної ефективності організації постачання електромеханічних іграшок на засадах логістики ПрАТ «Дитячий світ

Київ»

Для дослідження діючої системи управління постачанням «PLANETTOYS» у ПрАТ «Дитячий світ Київ», було обрано три найбільших виробника – «Maisto», «WADER» та «Keenway».

Дослідження ефективності управління закупівельною діяльністю за відібраними постачальниками розпочнемо з вивчення динаміки товарообігу. Перехід магазину-партнеру на ринкову концепцію розвитку змінив оцінку їх цільової функції, що відбилося на системі економічних показників, які характеризують господарський процес. Насамперед, це стосується показника роздрібного товарообігу.

В теперішній час пріоритетною метою торговельного підприємства стало отримання максимального прибутку. В зв'язку з цим показник товарообігу виступає, як найважливіша та найнеобхідніша умова, без якої не може бути досягнута ця мета, оскільки підприємство отримує визначену суму доходу з кожної грошової одиниці товарів, що реалізують.

Економічні перетворення призвели до появи нових понять, таких як "доля ринку", "ринкова ніша" і т.д. У цих умовах товарообіг став розглядатися як показник, який визначає широту та глибину підприємства на споживчий ринок, і його конкурентні позиції на цьому ринку, загальні можливості та темпи економічного розвитку підприємства в стратегічній перспективі. Однак, не дивлячись на зміни, які відбулися з цим показником із розвитком ринкових відносин, товарообіг, як і раніше, залишається основним оціночним показником об'єму діяльності торгового підприємства, а також слугує визначальним показником ресурсного потенціалу (обсягу та складу трудових, матеріальних та фінансових ресурсів) та витрат ресурсів (суми та складу витрат виробництва).

За період часу, який досліджується, з 2015 по 2017 рр. простежується позитивна динаміка товарообігу, як за вибіркою в цілому (133,1 %), так і за окремими постачальниками (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

**Середні значення динаміки товарообігу за постачальниками
іграшок електромеханічних**

Постачальник	Товарообіг, грн			Темп зростання, %		
	2015	2016	2017	2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2015
«Maisto»	150613,5	192724,9	206897,5	128,0	107,4	137,4
«WADER»	23685,2	26885,6	26572,4	113,5	98,8	112,2
«Keenway»	104418,9	13386,2	12410,2	128,5	92,7	119,1
Всього	184717,6	232996,7	245880,1	126,1	105,5	133,1

Найбільше зростання товарообігу іграшок електромеханічних спостерігається за першим постачальником («Maisto») – 137,4 %, а найменше в другій групі («WADER») – 112,2 % (рис. 3.4).

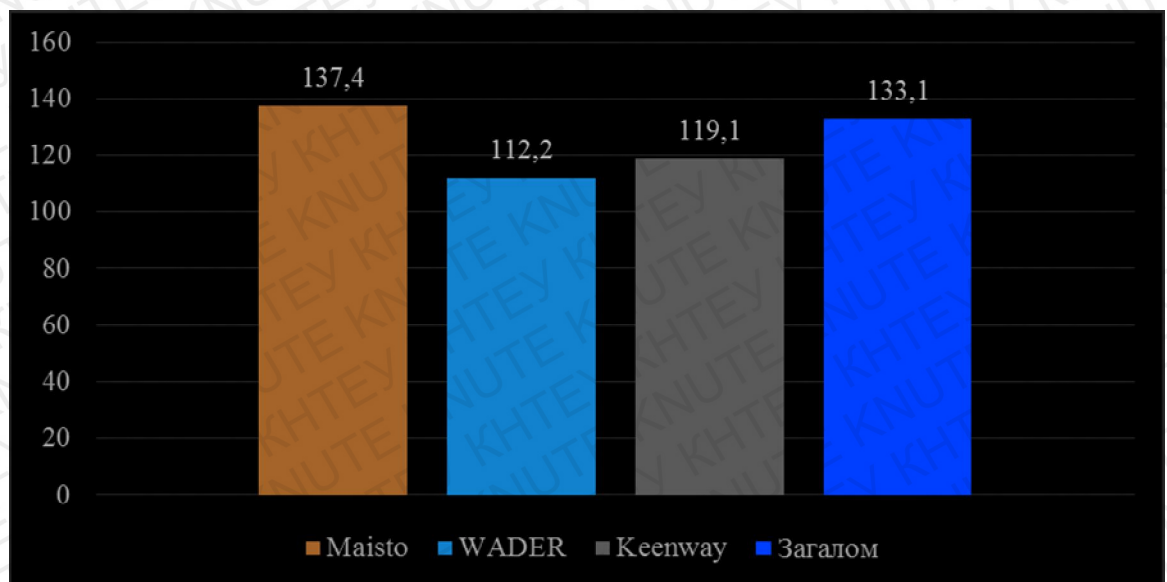


Рис. 3.4. Середні значення динаміки товарообігу за постачальниками, %

Необхідно зазначити, що протягом періоду, що досліджується, відбувався нерівномірний розвиток товарообігу за постачальниками «WADER» та «Keenway», а постачальник «Maisto» характеризуються стабільним збільшенням роздрібних продажів.

Така динаміка роздрібного товарообігу іграшок електромеханічних

пояснюється наступними причинами:

- зниженням платіжної спроможності населення, що призвело до падіння попиту, в першу чергу, на промислові товари, які не є товарами першої необхідності;
- посиленням конкуренції;
- зміною кон'юнктури ринку, яка характеризується підвищенням ступеня насиченості ринку.

Крім вище перерахованих факторів на обсяги роздрібних продажів електромеханічних іграшок магазину здійснює вплив товарний асортимент, який пропонує споживачам підприємство роздрібної торгівлі. Вибір асортименту в основному обумовлений розміром магазину. Якщо в невеличких за площею магазинах краще орієнтуватися або на дешеву, або на ексклюзивну продукцію, то у великих магазинах необхідно вкладати грошові кошти і в "неходові товари", асортиментна лінійка повинна бути довгою.

Розповсюдженою є точка зору, згідно з якою головним критерієм для прийняття рішення про широту асортименту іграшок електромеханічних є його вплив на розмір прибутку: вважається доцільним доповнювати асортиментний набір або, навпаки, виключити з нього товари тільки в тому випадку, якщо це призводить до підвищення прибутковості продажів. Подібний підхід призводить до того, що в кінцевому рахунку підприємство, яке бореться за прибуток, встановлює для себе досить вузький асортимент найбільш прибуткових товарів.

Це правило, однак, не розповсюджується на компанію, яке з метою збереження певного іміджу та комерційної репутації підтримують широкий асортимент іграшок електромеханічних, розрахований на будь-які смаки та матеріальні можливості споживачів. Однією з переваг такої асортиментної політики є те, що із збільшенням варіантності вибору для споживача значно підвищуються шанси на те, що будь-який відвідувач магазину зробить покупку. Опис тенденції підтверджується і результатами досліджень (табл. 3.4, рис. 3.5).

Таблиця 3.4

**Середні значення коефіцієнту зміни асортименту іграшок
електромеханічних за постачальниками**

Постачальник	Коефіцієнт зміни асортименту, %		
	2015	2016	2017
«Maisto»	1,08	1,08	1,10
«WADER»	1,04	1,04	1,05
«Keenway»	1,03	1,04	1,03
Всього	1,05	1,05	1,06



Рис. 3.5. Середні значення коефіцієнту зміни асортиментної позиції за
постачальниками за 2017 р., %

За період, що досліджується, з 2015 по 2017 рр. відбулося збільшення середнього значення коефіцієнту зміни асортименту як по всій сукупності (з 1,05 до 1,06), так і по постачальникам за винятком «Keenway». Стійка тенденція розширення асортименту виявлена у підприємств «Maisto» та «WADER». У підприємств «Keenway» в 2017 році спостерігалось зниження значення даного коефіцієнту до 1,03.

Однією з характеристик структури асортиментної пропозиції підприємства є співвідношення між уже існуючими та "новими" товарами,

яке знаходить виявлення у коефіцієнті оновлення асортименту (табл. 3.5, рис. 3.6).

Таблиця 3.5

**Середні значення коефіцієнту оновлення асортименту іграшок
електромеханічних за постачальниками**

Постачальник	Коефіцієнт оновлення асортименту, %		
	2015	2016	2017
«Maisto»	0,51	0,49	0,45
«WADER»	0,48	0,49	0,46
«Keenway»	0,45	0,44	0,39
Всього	0,48	0,48	0,44

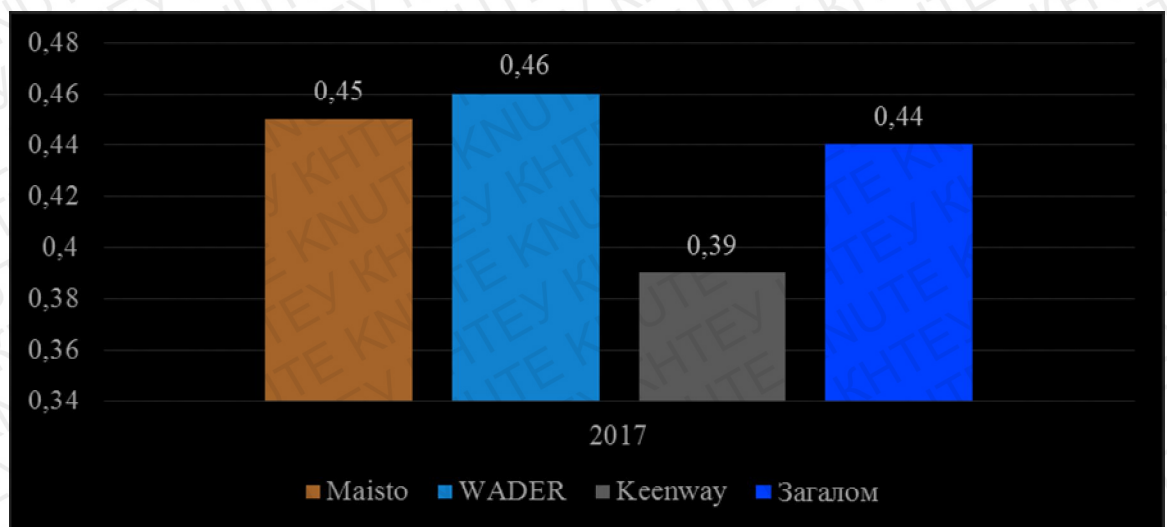


Рис. 3.6. Середні значення коефіцієнту оновлення асортименту іграшок електромеханічних за постачальниками у 2017р., %

Аналіз значень даного коефіцієнту свідчить про уповільнення темпів оновлення асортименту іграшок електромеханічних компанії у 2017 році як в цілому за сукупністю, так і за окремими постачальниками. Найвищі значення коефіцієнту оновлення (0,46) виявлено у «WADER», найнижчі (0,39) – у «Keenway».

Виявлені тенденції стану та динаміки показників якісної зміни товарообігу викликані рядом причин, однією з яких є підвищення ролі асортиментної політики в конкурентній боротьбі за уподобання покупців. Задля цього спеціалісти «Maisto» проводять постійну роботу з розширення та оновлення товарного асортименту з метою перекриття шляху конкурентам, більш повного використання торговельних можливостей підприємства, а також привертання уваги більш широких верств населення.

Збільшуючи варіантність вибору товарів, підприємства «Maisto» прагнуть досягти більш широкого рівня сервісу. Чим більший рівень сервісу торговельного підприємства, тим більше коштів воно авансує в товарні запаси, розмір яких здійснює вплив на показник товарообігу. Середні значення товарообігу містяться в (табл. 3.6 та рис. 3.7).

Таблиця 3.6

**Середні значення товарообігу іграшок електромеханічних за
постачальниками**

Постачальник	Товарообіг, к-сть обігів		
	2015	2016	2017
«Maisto»	2,84	3,51	3,47
«WADER»	2,39	2,64	2,50
«Keenway»	2,32	2,70	2,15
Всього	2,74	3,33	3,24

Згідно даних бачимо, що товарообіг в цілому за сукупністю зростає з 2,74 у 2015 році до 3,24 обігів у 2017 році. Середньогрупові значення підтверджують загальну тенденцію зростання товарообігу.

Виявлені тенденції динаміки товарообігу обумовлені наступними причинами:

- зміною обсягів товарообігу. За постачальниками, що досліджуються, товарообіг зростає більш високими темпами, ніж зростали товарні запаси;
- зміною структури роздрібного товарообігу та часу обігу окремих товарів. Розширення асортименту призвело до збільшення прискореного товарообігу, що вплинуло на підвищення загального товарообігу

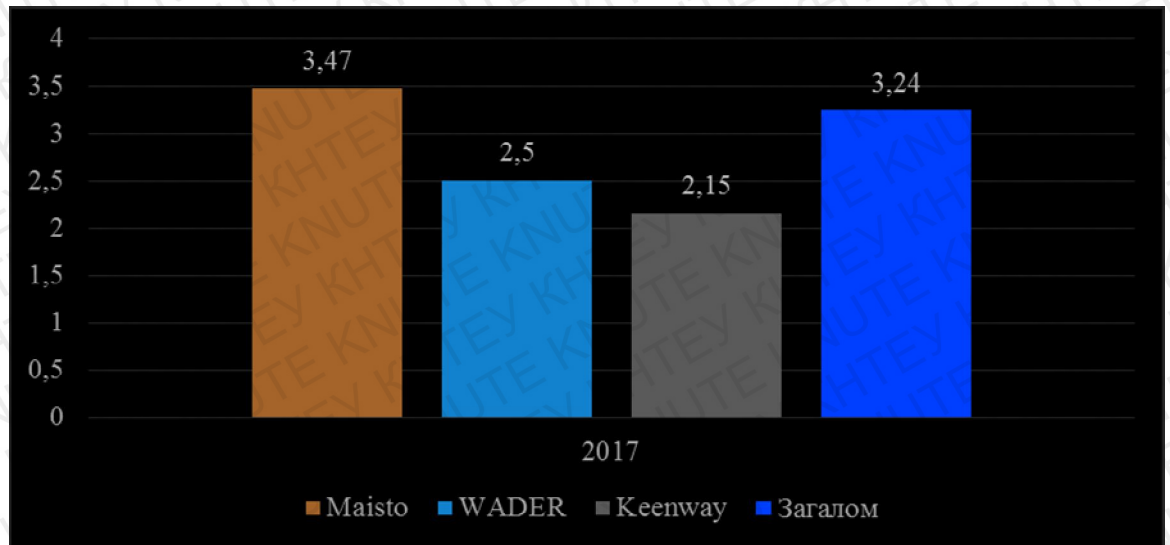


Рис. 3.7 Середні значення товарообігу іграшок електромеханічних за постачальниками у 2017 р., %

Наведений аналіз динаміки показників закупівельної політики за критерієм якості товарів та наданих послуг дає змогу зробити наступні висновки:

- розмір та характер поведінки значень показників ефективності закупівельної політики за заданим критерієм різні залежно від розмірів підприємств роздрібною торгівлі;
- крупні постачальники є найбільш стабільними на ринку. Про це говорить позитивна динаміка розвитку товарообігу. Ці підприємства в більшій мірі орієнтовані на якість послуг, які вони надають, що підтверджують високі значення коефіцієнту оновлення асортименту, а також стійка тенденція до розширення асортиментного переліку;
- середні та малі за розмірами постачальники більш чутливі до негативного впливу зовнішнього економічного середовища, тому розвиток обсягу товарообігу відбувався в цих групах нерівномірними темпами. Виявлено зниження орієнтації на якість товарів та послуг із зменшенням розмірів підприємств-постачальників. Так, в цих групах значення коефіцієнту оновлення асортименту значно нижче, ніж у крупних підприємств.

Коефіцієнт зміни асортименту у середніх за площею підприємств зростає більш повільними темпами, ніж у крупних, а у малих підприємств зовсім має тенденцію до зниження.

Для більш глибокого вивчення процесу управління та ефективності закупівельної діяльності підприємства необхідно перейти до аналізу показників ефективності за іншими критеріями.

Дослідження ефективності закупівельної діяльності підприємства за критерієм мінімізації витрат припускає виявлення основних тенденцій зміни суми та рівня витрат на закупівлю за період часу, що досліджуємо, розмірів відхилення їх показників, а також виявлення основних причин, які викликали ці відхилення. Рівень витрат закупівель є відношення їх суми до товарообігу, виражене у відсотках. Він є одним з найважливіших якісних показників оцінки ефективності закупівельної діяльності торговельних підприємств та показує скільки відсотків займають витрати закупівель товарів у роздрібній вартості товарів. Середні значення рівня витрат на закупівельну діяльність за постачальниками наведено у (табл. 3.7).

Таблиця 3.7

Середні значення рівня витрат на здійснення закупівельної діяльності за постачальниками

Постачальник	Рівень витрат, всього, %			В т.ч. без витрат на придбання товарів, %		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017
«Maisto»	69,42	65,73	63,96	1,09	1,04	1,01
«WADER»	62,73	62,29	61,46	1,41	1,40	1,38
«Keenway»	63,56	65,72	75,31	1,70	1,76	2,02
Всього	68,23	65,33	64,26	1,17	1,12	1,10

Аналіз даних цієї таблиці показує, що за період, що досліджується середній рівень витрат на закупівлі за вибіркою знизився з 68,23 % у 2015 році до 64,26 % у 2017 році. Аналогічна тенденція спостерігається і по «Maisto» та «WADER», а у «Keenway» – рівень витрат збільшився за три роки на 0,32 %.

Зважаючи на те, що витрати на придбання товарів у загальній структурі витрат на закупівлю займають найбільшу частку, яка великою мірою викривляє значення отриманих показників, нами були розраховані значення рівня витрат на закупівлі без врахування витрат на придбання товарів.

У цілому за вибіркою протягом періоду, що досліджується, з 2015 року до 2017 року спостерігалась стійка тенденція до зниження рівня витрат на закупівлі без врахування витрат на придбання товарів (з 1,17 % до 1,10 %). Найбільший вплив на підсумкові середні показники вибірки здійснив «Maisto». Показники «WADER» та «Keenway» майже не змінювалися.

Необхідно зазначити, що найбільший рівень витрат на закупівлю без врахування витрат на придбання товарів у «WADER» та «Keenway», а найменший – у «Maisto». Це пояснюється тим, що саме у «Maisto» найзначніші обсяги товарообігу та темпи його зростання. Відомо, що зростання товарообігу супроводжується збільшенням абсолютного розміру витрат, однак їх відносний рівень при цьому знижується; зменшення обсягу товарообігу, хоч і супроводжується деяким скороченням суми витрат, однак їх рівень збільшується.

Для більш поглибленого аналізу ефективності закупівельної діяльності за критерієм мінімізації витрат на закупівлю в торговельному підприємстві було розраховано рівні окремих складових витрат. Дослідження проводилося за наступними статтями: витрати на придбання товарів, витрати по завезенню товарів, витрати на зберігання та підготовку до продажу товарів, витрати на управління закупівельної діяльності (табл. 3.8 та 3.9).

Таблиця 3.8

Середні значення витрати по закупівлях в розрізі постачальників

Постачальник	Рівень витрат на придбання товарів, %			Рівень витрат на завезення товарів, %		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017
«Maisto»	68,32	64,69	62,95	0,34	0,32	0,31
«WADER»	61,32	60,89	60,08	0,49	0,49	0,48
«Keenway»	61,86	63,96	73,29	0,59	0,61	0,70
Всього	67,06	64,21	63,17	0,37	0,36	0,35

За період, що досліджується рівень витрат на придбання має стійку тенденцію до зниження (з 67,06 % у 2015 році до 63,17 % у 2017 році) в цілому за вибіркою. Таким чином рівень витрат на придбання знизився на 3,89 %. Аналогічна тенденція спостерігається з «Maisto» та «WADER», однак у «Keenway» рівень витрат на придбання товарів постійно зростає: так у 2015 році він становив 61,86 %, у 2016 році він збільшився до 63,96 %, а у 2017 році – збільшився до 73,29 %, отже за три роки рівень збільшився в цілому на 11,43 %.

Найбільше значення рівня витрат на придбання товарів зафіксовано у «Keenway» (73,29 у 2017 році), а найменше – у «WADER» (60,08 % у 2017 році). Значення рівня витрат на придбання дає уявлення про рівень торговельної надбавки. Можна сказати, що підвищення долі цих витрат в обігу зменшує торговельну надбавку та, відповідно, при інших рівних умовах (при рівних витратах) – прибуток.

Таким чином, отримані в процесі нашого дослідження значення рівня витрат на придбання товарів за групами постачальників свідчать про тенденцію підвищення рівня торговельної надбавки з 2015 року по всіх групах постачальників.

Транспортні витрати викликані переміщенням товарів із галузі виробництва в галузь споживання.

Згідно даних видно, що рівень витрат за завезення товарів знижується протягом періоду дослідження з 0,37 % у 2015 році до 0,35 % у 2017 році в цілому за сукупністю.

Таблиця 3.9

Середні значення витрати по закупівлях в розрізі постачальників

Постачальник	Рівень витрат на зберігання та підготовку до продажу			Рівень витрат на управління закупівельною діяльністю		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017
«Maisto»	0,41	0,39	0,38	0,34	0,32	0,31
«WADER»	0,55	0,55	0,54	0,37	0,37	0,36

«Keenway»	0,62	0,64	0,73	0,49	0,51	0,59
Всього	0,44	0,42	0,41	0,35	0,34	0,33

Тенденція зниження рівня витрат на завезення товарів обумовлена в основному його зниженням у «Maisto». В цілому, у «Maisto» середній рівень витрат на завезення товарів знизився з 0,34 % у 2015 році до 0,31 % у 2017 році або на 0,03 %. У «WADER» спостерігається нестійка і незначна тенденція до зниження рівня витрат на завезення товарів, а у «Keenway» він збільшується. Найвище значення цього показника зафіксовано у «Keenway» (0,70 % у 2017 році), а найнижче – «Maisto» (0,31 % у 2017 році).

Дослідження динаміки рівня витрат на зберігання (та підготовці до продажу) товарів свідчить про тенденцію його до зменшення в цілому у цілому, а у розрізі окремих постачальників він веде себе нестабільно. Найбільше зменшення рівня витрат на зберігання товарів спостерігається в «Maisto», де він зменшився на 0,03 %. В «WADER» розмір зменшення рівня витрат на зберігання товарів становив тільки 0,01 % протягом трьох років, а у «Keenway» – він збільшився на 0,11 %.

Зменшення рівня витрат на зберігання та підготовці товарів до продажу протягом періоду, що досліджується, відбувалося в основному за рахунок впливу зміни товарообігу. При прискоренні тривалості обігу товарів відносно зменшуються витрати на зберігання товарів. Розглянуті раніше об'єктивні причини призвели до прискорення товарообігу на всі групи підприємств, що відобразилось на зменшенні рівня витрат на зберігання товарів.

Протягом періоду, що досліджується з 2015 до 2017 року рівень витрат на управління закупівельною діяльністю підприємства в цілому, щодо всіх підприємств, що досліджуються, мав тенденцію до зменшення. Дані табл. 3.10 свідчать про те, що загальна тенденція зменшення рівня витрат по управлінню закупівельною діяльністю у роках обумовлена в основному його зменшенням в «Maisto» (з 0,34 % у 2015 році до 0,31 % у 2017 році). По «WADER» зменшення рівня витрат на управління закупівельною діяльністю

відбувалося більш повільними темпами і становило за три роки тільки 0,01 %, а у «Keenway» – він збільшився на 0,1 %.

Додатково пропонується провести рейтингування проаналізованих постачальників підприємства, що дозволить обрати найкращого постачальника електромеханічних іграшок підприємства. Дослідження буде проводитися на основні експертної оцінки, за допомогою 10 показників, які будуть оцінені за 10-бальною шкалою, де 10 – найважливіший показник, а 1 – найменш важливий показник. Інформація представлена у (табл.3.10).

Таблиця 3.10

Рейтинг постачальників, ПрАТ «Дитячий світ Київ»

Критерій вибору постачальника	Значущість критерію	Оцінка за критерієм			Результат за критерієм		
		WADER	Keenway	Maisto	WADER	Keenway	Maisto
1. Ціна	0,07	8	6	8	0,56	0,42	0,56
2. Якість	0,16	7	7	9	1,12	1,12	1,44
3. Надійність постачання	0,15	10	4	10	1,5	0,6	1,5
4. Умови платежу	0,13	9	5	6	1,17	0,65	0,78
5. Повнота асортименту	0,03	5	8	2	0,15	0,24	0,06
6. Віддаленість постачальника	0,05	6	1	1	0,3	0,05	0,05
7. Сервісне обслуговування	0,05	3	3	7	0,15	0,15	0,35
8. Сертифікація	0,2	4	9	3	0,8	1,8	0,6
9. Акції, знижки	0,05	2	2	4	0,1	0,1	0,2
10. Термін поставки	0,11	1	10	5	0,11	1,1	0,55
Разом	1	x			5,96	6,23	6,09

Відповідно до дослідження рейтингу постачальників, потрібно відзначити близькість за характеристиками та їх значенням. Проте, лідируючим постачальником є «Keenway» - 6,23.

Також, пропонується проаналізувати вплив прибутку від реалізації на комерційний дохід, Для цього використаємо відомі нам методи – ланцюгових підстановок.

Двофакторну модель залежності операційного прибутку від обсягів товарообороту можна представити наступним чином формула (3.1 та 3.2):

$$PP_{od} = TO \times P_{on} \quad (3.1)$$

де, $ПР_{од}$ – прибуток від операційної діяльності до оподаткування;

$ТО$ – обсяг товарообороту підприємства у відповідному періоді;

$Р_{оп}$ – рентабельність операційної діяльності, яка розраховується як співвідношення прибутку до оподаткування та товарообороту підприємства

$$\Delta ПР_{од} = \frac{(ТО_n - ТО_{n-1}) \times Р_{оп}}{100} \quad (3.2)$$

Розрахунки наведені у (табл. 3.11).

Таблиця 3.11

Розрахунок впливу зміни товарообороту та рентабельності від операційної діяльності на зміну прибутку від операційної діяльності

ПрАТ «Дитячий світ Київ»

Показники	Ум.позначення	Роки			Абсолютне відхилення, грн	
		2015	2016	2017	2016 / 2015	2017 / 2016
Прибуток до оподаткування, тис.грн	По	32325,5	38211,4	46963,1	5885,8	8751,6
Товарооборот, тис.грн	ТО	184717,6	232996,7	245880,1	48279,1	12883,4
Рентабельність операційної діяльності, %	$Р_{о} = По / ТО * 100\%$	17,5	16,4	19,1	-1,1	2,7

Відповідно до аналізу, представленого у таблиці вище, потрібно відзначити стабільне зростання прибутку до оподаткування за весь період дослідження (на 5885,8 тис.грн у порівнянні 2016 року до 2015, та на 8751,6 тис.грн у порівнянні 2017 року до 2016).

Також, потрібно відзначити високий рівень рентабельності операційної діяльності за проаналізований період: помітно зростання показника на 2,7 у порівнянні 2017 року з 2016 роком.

Беручи до уваги рейтинг та попередній аналізу ефективності процесу постачальника на підприємстві, що розміщений у ПрАТ «Дитячий світ Київ»,

потрібно відзначити невеликі розбіжності у показниках між постачальниками.

3.3 Напрями удосконалення процесу постачання іграшок ПрАТ «Дитячий світ Київ»

В основі процесу управління товарними потоками на «PLANETTOYS», що орендує площу у ПрАТ «Дитячий світ Київ» лежить обробка маси економічної інформації, тобто даних, які знаходяться в основному на вході до логістичної системи підприємства торгівлі.

Інформаційні процеси – це потоки інформації, засоби (бази даних), а також технічна інфраструктура, що уможливорює використання інформації в процесі управління матеріальними потоками на підприємстві як прийняття консеквентних логістичних рішень з метою оптимізації товаропотоків. Інформаційні потоки, як і матеріалопотоки, запаси, інфраструктура логістичних процесів і логістичні витрати, є основними складниками логістичних процесів.

Від справності функціонування інформаційних потоків як складової логістики залежить інтеграція, координація і синхронізація їх з товарними та фінансовими потоками. З цією метою на торговельному підприємстві пропонується створення логістичної інформаційної системи (logistics information system – LIS) як система взаємозв'язків між людьми, технікою і відповідними процедурами управління з метою забезпечення відповідної інформаційної бази для планування, організації й контролю логістики на підприємстві. Головною функцією ЛІС є забезпечення прийняття ефективних логістичних рішень.

Основні функції ЛІС такі:

1. Базові – прийняття замовлень, створення документів.
2. Планові – прогнозування обсягу замовлення.
3. Контрольні – порівняння результатів із запланованими стандартами

обслуговування.

4. Координаційні – планування продаж, замовлень.

5. Інтеграційні – поєднання ЛІС підприємства із зовнішніми системами клієнтів, постачальників, наприклад, за допомогою систем електронного обміну даних (electronic data interchange – EDI).

На рис. 3.8. представлено схему ЛІС на торговельному підприємстві.



Рис. 3.8. Модель ЛІС торговельного підприємства, розроблено автором на основі [34]

ЛІС підприємства, представленого у ПрАТ «Дитячий світ Київ» має складатися з таких підсистем:

- підсистема нагромадження даних, до якої надходять неопрацьовані дані з багатьох зовнішніх і внутрішніх джерел, наприклад, постачальники, замовники, маркетингові дослідження з відділу маркетингу тощо;
- підсистема впорядкування й аналізу даних, де відбувається перетворення даних на інформацію, необхідну для управління логістичними процесами підприємства (фільтрування, аналіз, оцінка тощо);
- підсистема, що забезпечує прийняття оптимальних логістичних рішень, до якої входить база даних, аналітичні моделі, що формують відповідні висновки).

Опрацьовану потрібну інформацію отримують менеджери з логістики,

керівництво компанії, на основі чого приймаються логістичні рішення.

Ефективність рішень залежить від точності, комплексності та вичерпності опрацьованої інформації. Опрацювання й аналіз даних на підприємстві повинно здійснюватися з використанням відповідних технічних і комунікаційних засобів.

Кількість працівників у відділах магазину-партнеру, які беруть участь в інформаційних процесах (служба закупок, збуту, маркетингу, опрацювання даних) є часто більшою від кількості осіб, які беруть участь у процесах фізичного переміщення товарів (транспортування, склади). Тому справність функціонування інформаційного потоку в торговельному підприємстві залежить від інфраструктури, до якої можна віднести:

- системи кодування і ідентифікації товарів;
- документацію обігу (рахунки, транспортні листки, облік прийняття товару тощо);
- системи кодування документів, контрактів, ділянок, робочих місць;
- системи обігу документів, інструкцій;
- перетворення й опрацювання інформації, групування відповідно до часу і до функцій виконання;
- технічні засоби створення, перетворення, нагромадження і розповсюдження інформації (комп'ютери, комунікаційні системи тощо).

Нагромадження, перетворення і використання інформації в ЛІС може відбуватися за підтримки відповідної інтегрованої інформаційної програмної системи, яка складається з комплексу багатомодульних інформаційних підсистем, до яких входять засоби нагромадження, інтеграції й опрацювання маси потоків даних з багатьох зовнішніх і внутрішніх джерел підприємства.

Найпоширенішими у світі сучасними системами комплексного програмного забезпечення є системи:

- класу планування засобів підприємства (enterprise resource planning – ERP), які забезпечують управління всіма процесами підприємства;
- класу supply chain management (SCM), які забезпечують управління

логістичними ланцюгами.

Системи класу ERP вважаються одними з досконалих інформаційних систем програмного забезпечення планового типу управління підприємством.

Вони складаються з комплексу модулів і призначені для забезпечення управління багатьма напрямками підприємства. У торговельному підприємстві вони можуть охоплювати всю торговельну діяльність, всі логістичні процеси підприємства або навіть кількох підприємств, які співпрацюють у межах логістичного ланцюга (центр дистрибуції – гуртівня – роздрібний торговець). Таке програмне забезпечення охоплює практично всі ділянки функціонування підприємства, всі рівні управління, виконуючи потрібні операції з обробки й аналізу даних, що значно полегшує та оптимізує перебіг інформаційних процесів.

Описані системи є еластичними і можуть бути у діяльності будь-якого підприємства. Центральним елементом системи ERP є база даних, спільна для всіх модулів, які охоплюють: закупки, складування, управління запасами, стеження за поставками, транспорт, дистрибуція, організація продаж, контакти з клієнтами, бухгалтерія і облік, управління фінансами, управління персоналом, контроль.

У сучасному світі компанія бере участь у т.зв. зв'язках B2B (business-to-business), що означає нову форму електронного обміну інформацією між контрагентами в режимі он-лайн переважно за допомогою мережі Інтернет. Сучасне розуміння широкого використання новітніх технік і технологій, інновацій, електронного обміну даними та інтеграцію ЛІС між підприємствами на міжнародному рівні охоплює поняття е-логістики, яка використовує єдину систему ідентифікації даних (EDI), ідентифікацію об'єктів (етикетування) системи навігації об'єктів, системи глобального позиціонування (Global Positioning System – GPS) тощо.

В ході проведеного дослідження виявлено, що серед торговельних підприємств лише одиниці мають впроваджену на практиці або знаходяться в процесі впровадження інтегрованої системи управління інформацією, яка

передбачає комплексне управління товарними та інформаційними потоками з урахуванням сучасних концепцій управління. Більшість підприємств веде паперовий документообіг, оперує інформаційними системами типу 1С, складається з модуля бухгалтерського обліку. Однак переваги такого обліку даних стають недоліком, коли значно ускладнюється організація товаропотоку, збільшується кількість контрагентів, змінюється ситуація на ринку.

Головна мета формування ефективної багатомодульної ЛІС торговельного підприємства – покращення ефективності функціонування логістичних процесів підприємства. Основними характеристиками сучасної ЛІС для вітчизняної торговельної фірми можна вважати такі:

- синхронізація та координація між фінансовими та інформаційними, товаропотоками;
- узгодженість, послідовність і комплексність дій різних часових періодів, різних шаблів управління;
- реальність завдань, правильне використання інформації, оптимальне прийняття логістичних рішень.

Побудова ЛІС для підприємства повинна відбуватися у кілька етапів:

- стратегічний аналіз функціонування логістичної системи підприємства;
- проектування моделі ЛІС;
- визначення конкретного інформаційного програмного забезпечення і відповідної техніки;
- налаштування модулів інформаційної системи з урахуванням специфіки діяльності підприємства;
- проведення комплексного навчання персоналу;
- реалізація впровадження системи;
- контроль за реалізацією.

Формування ЛІС для підприємства – це комплексний та інтегрований процес у межах реструктуризації підприємства. Очевидно, що основною

метою є отримання сатисфакції клієнтів, дотримання стандартів обслуговування з одночасною економією витрат. Процес впровадження інтегрованої інформаційної системи класу ERP відноситься до стратегічних завдань, адже задіяні всі підрозділи і ділянки діяльності, а також контрагенти.

У проектування ЛІС на підприємства треба враховувати такі чинники:

1. Зовнішні (наприклад, конкуренція, діяльність контрагентів, міжнародна співпраця, розвиток сучасних технологій, рівень транспортно-складської інфраструктури країни, екологічні обмеження).
2. Внутрішні (наприклад, стратегія підприємства, реакція персоналу, організаційно-технічний рівень, власна транспортно-складська інфраструктура, управління запасами, розвиток логістичної мережі, рівень логістичного обслуговування).
3. Похідні (наприклад, застосування сучасних концепцій управління, спрямування на досягнення стратегічних цілей функціонування торговельної фірми, врахування можливостей розвитку, зокрема інтеграції в логістичні ланцюги).

Сформована ЛІС на підприємстві полегшує управління процесами підприємства як на стратегічному рівні, так і на операційному, оскільки:

- на стратегічному рівні впливає на формулювання цілей і процес їх досягнення, адже можна порівнювати отримані результати, провести причинно-наслідковий аналіз;
- на операційному рівні у ЛІС сформульована інформація, необхідна для прийняття короткотермінових рішень щодо маркетингової діяльності, логістичних рішень тощо;
- в реальному часі система надає потрібну інформацію щодо місцезнаходження вантажу в дорозі, товарів на складі, терміну придатності тощо.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

За результатами оцінки безпечності та аналізу організації постачання електромеханічних іграшок було зроблено наступні висновки та пропозиції.

1) Найважливіша вимога до іграшок є їх безпечність. Крім того, іграшка має нести в собі певну освітню (розвиваючу) функцію. Важливою характеристикою іграшки є її естетичний вигляд - кольори, дизайн тощо. І звичайно ціна, адже не виправдано велика вартість іграшки не є її перевагою.

2) Аналізуючи імпорт та експорт електромеханічних іграшок бачимо позитивну тенденцію зростання обсягів імпорту починаючи з 2015 по 2017 роки, яке збільшилось з 100375 тис. дол США до 159183 тис. дол. США. Щодо експорту, у 2017 році відмічається значне зростання до 25494 тис. дол. США. Проблеми вітчизняного ринку іграшок полягають у тому український виробник іграшок представлений більше дрібними підприємствами, у яких немає високотехнологічних ліній. Тому в країні практично не виробляються дитячі автомобілі, конструктори, ігрові приставки та інші технічні іграшки.

3) З усього обсягу іграшок, тільки 15% виробляються в Україні. Решта 85% - імпорт, серед яких 45% припадає на Китай, 30% на країни ЄС, а 10% на іграшки, вироблені в Росії і Білорусі.

4) Потрібно відзначити зростання цін на іграшки (в середньому на 30%), що, в першу чергу, пов'язано із зростанням цін на сировинні матеріали (ворсові тканини та пластичні маси). Проблеми із сировиною зазнають і виробники дитячих пластикових іграшок.

5) Оцінюючи асортимент ПрАТ «Дитячий світ Київ» потрібно відзначити широту вибору іграшок електротехнічних: хоча вони представлені лише товарами закордонних постачальників, широта вибору за ціною, розміром, видом є дуже великою. Найбільший обсяг іграшок за віковим розподілом займають іграшки для дітей шкільного віку – 40% від загального обсягу іграшок в цілому. Щодо матеріалів, то більше усього пластмасових та

текстильних іграшок – 52% та 33% відповідно. Аналізуючи асортимент за видовим розподілом потрібно відзначити найбільшу групу – функціональні іграшки, що від загального обсягу має 40%.

6) Задля вивчення переваг споживачів щодо асортименту та якості електромеханічних машинок, представлених у торговельному підприємстві, було проведено опитування, в якому прийняли участь 100 осіб.

7) Потрібно відзначити, що у більшій мірі, без залежності за віковою чи статевою ознакою, споживачі задоволені асортиментом, представленим у мережі «Дитячий світ Київ».

8) Відповідно до проведеного опитування, було визначено основні характеристики, на які звертають увагу споживачі при купівлі електромеханічних іграшок: ціна електромеханічної машинки (21,92% опитаних), зручність використання (23,29%) та довговічність (16,44 %).

9) Також, відповідно до дослідження, найбільшою увагою споживачів користуються транспортні електромеханічні іграшки (48%). Можливо зробити висновок щодо потреби розширення асортименту саме цих іграшок, що у ПрАТ «Дитячий світ Київ» представлені у відношенні до загального обсягу 33% - це дозволить збільшити продажі.

10) Основними брендами електромеханічних іграшок, які є популярними серед споживачів є WADER та Keenway – 24% та 33% відповідно. Відповідно до аналізу асортименту, лідируючим брендом є WADER (34%), а Keenway займає друге місце з 24%. Проте, існує незначна кількість респондентів, які не можуть відповісти чим вони не задоволені. Саме тому, наступним етапом аналізу інформації є визначення причин незадоволеності споживачів наявним на ринку асортиментом.

11) Якість електромеханічних іграшок оцінюють органолептичними та за фізико-хімічними показниками з обов'язковим випробуванням їх на безпеку. Крім того, оцінюють художнє оформлення індивідуальної упаковки, також правильне оформлення етикеток. У процесі приймання електромеханічної іграшки підлягають 100% перевірці. Розрахунок

інтегрального показника відносної конкурентоспроможності товару базується на порівнянні параметрів досліджуваного товару з параметрами товару, який найбільш повно відображає вимоги споживачів. Для оцінки конкурентоспроможності експертами було обрано 3 зразка, які представлені на ринку України та є найпопулярнішими серед інших аналогічних товарів. Визначені одиничні показники якості, які представляють найбільшу цінність для споживача це ціна, довговічність, досконалість виконання, зручність користування. Експертною групою було згруповано показники у три групи: функціональні (повнота маркування, міцність кріплення деталей, відповідність формі та розміру, ергономічність, довговічність та безпечність); естетичні (матеріал корпусу, загальні естетичні властивості, досконалість виконання); економічні.

12) Проаналізувавши отримані результати, встановлено, що найбільше значення комплексного показника якості у зразка №1 – 0,88.

13) При визначенні інтегрального показника відносної конкурентоспроможності за зразками, було отримано наступну інформацію: так, як значення $I_{пвк}$ зразка №2 дорівнює 1,58 та значення $I_{пвк}$ зразка №3 дорівнює 1,55, та якщо показник $I_{пвк} > 1$ – це означає, що зразки №2 та №3 мають вищу конкурентоспроможність порівняно зі зразком №1, який є товаром конкурентом.

14) Аналізуючи вибір однієї із систем закупівель, потрібно відзначити, що 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.

15) Проаналізувавши процес постачання та його економічну ефективність потрібно відзначити, що за період 2015-2017 рр. підприємством раціонально використовувало товарні запаси та продуктивно співпрацювало із постачальниками.

16) Необхідно наголосити, що лідируючі позиції щодо товарообігу займає постачальник «Maisto» (за 2017 рік товарообіг складає 206897,5 грн.).

17) Найбільше зростання товарообігу іграшок електромеханічних спостерігається за першим постачальником («Maisto») – 137,4 %, а найменше в другій групі («WADER») – 112,2 %.

18) Відповідно до дослідження рейтингу постачальників, потрібно відзначити близькість за характеристиками та їх значенням. Проте, лідируючим постачальником є «Keenway» - 6,23.

19) Відповідно до проведеного аналізу, потрібно відзначити стабільне зростання прибутку до оподаткування за весь період дослідження (на 5885,8 тис.грн у порівнянні 2016 року до 2015, та на 8751,6 тис.грн у порівнянні 2017 року до 2016).

20) Також, потрібно звернути увагу на високий рівень рентабельності операційної діяльності за проаналізований період: помітно зростання показника на 2,7 % у порівнянні 2017 року з 2016 роком.

З метою удосконалення асортименту, збільшення питомої ваги якісних товарів, підвищення ефективності постачання електромеханічних іграшок підприємством ПрАТ «Дитячий світ Київ» необхідно:

1. Збільшити в асортименті питому вагу електромеханічних іграшок для дітей, віком від 2 до 4 років, цінової категорії до 500 грн, фірми виробника WADER, типом – електромеханічні транспортні іграшки.
2. Систематично проводити попередню підготовку електромеханічних іграшок до подачі до торговельного залу, яка передбачає: ідентифікацію продукції, перевірку кількості, комплектності, наявності маркування на відповідність Технічному регламенту безпечності іграшок, тощо.
3. Впровадити логістичну інформаційну систему, з метою забезпечення відповідної інформаційної бази для планування, організації й контролю логістики на підприємстві.
4. Систематично проводити товарознавчі дослідження з метою

виявлення переваг споживачів щодо розширення асортименту та покращення якості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Commercial property [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: commercialproperty.ua
2. MRS Brand [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <http://mrc-brand.com/>
3. Аналіз індексу конкурентоспроможності України в 2013–2014 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://infolight.org.ua/content/analiz-indeksukonkurentospromozhnosti-ukrayini-v-2013-2014-rr>.
4. Берман Б. Розничная торговля: стратегический подход / Б. Берман, Дж. Эванс ; [пер. с англ.]. – 8-е изд. – М. : Вильямс, 2003. – 1183 с.
5. Білоног Т. В. Цільовий підхід до управління конкурентоспроможністю продукції промислового підприємства [Електронний ресурс] / Т. В. Білоног. – Режим доступу: http://tppe.econom.univ.kiev.ua/data/2011_24/Zb24_45.pdf.
6. Войчак, А. В., Камишніков Р. В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 2. – С. 50-53.
7. Гаджинский А. М. Логистика: Учебник для высших и средних специальных учебных заведений. – 2-е изд. / А. М. Гаджинский. – М. : Информационно-внедренческий центр "Маркетинг", 1999. – 228 с.
8. ГОСТ 25779 -90 Игрушки. Общие требования безопасности и методы контроля. - Київ: Держспоживстандарт України, 1992.
9. ГОСТ 26533-85 Игрушки мягконабивные. Общие технические требования и методы исследования - Київ: Держспоживстандарт України, 1992.
10. Державна фіскальна служба Україна [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <http://sfs.gov.ua/>
11. Джонсон Джеймс Вуд, Дональд Ф. Вордлоу, Дэниел Л. Мерфи – мл.,

Поль Р. Современная логистика, 7-е изд.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. – 624 с.

12. Должанський, І. З. Конкурентоспроможність підприємства / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. – К. : Центр навчальної літератури, 2012. – 114 с.

13. ДСТУ 2165-93. Іграшки. Терміни та визначення : - Київ: Держспоживстандарт України, 1995.

14. ДСТУ CR 14379:2006 Класифікування іграшок. Настанови: - Київ : Держспоживстандарт України, 2007.

15. ДСТУ EN 50088:2003 Безпечність електричних іграшок: - Київ: Держспоживстандарт України, 2009.

16. ДСТУ EN 71-1:2006 Безпечність іграшок. Частина 1. Механічні та фізичні властивості: - Київ : Держспоживстандарт України, 2007.

17. ДСТУ EN 71-10 Безпечність іграшок. Частина 10. Органічні хімічні сполуки. Підготовка та екстрагування зразків: - Київ : Держспоживстандарт України, 2009.

18. ДСТУ EN 71-11 Безпечність іграшок. Частина 11. Органічні хімічні сполуки. Методи визначення: -Київ : Держспоживстандарт України, 2006.

19. ДСТУ EN 71-2:2005 Безпечність іграшок. Частина 2. Займистість: - Київ : Держспоживстандарт України, 2006.

20. ДСТУ EN 71-3:2005 Безпечність іграшок. Частина 3. Міграція певних елементів: - Київ : Держспоживстандарт України, 2006.

21. ДСТУ EN 71-4:2005 Безпечність іграшок. Частина 4. Набори для хімічних дослідів і суміжних занять: - Київ : Держспоживстандарт України, 2006.

22. ДСТУ EN 71-5:2005 Безпечність іграшок. Частина 5. Іграшкові хімічні набори, крім наборів для хімічних дослідів: - Київ: Держспоживстандарт України, 2006.

23. ДСТУ EN 71-6:2005 Безпечність іграшок. Частина 6. Графічний попереджувальний символ позначення віку: - Київ : Держспоживстандарт України, 2006.

24. ДСТУ EN 71-7:2008 Безпечність іграшок. Частина 7. Фарби для малювання пальцями. Вимоги і методи випробувань: - Київ: Держспоживстандарт України, 2009.

25. ДСТУ EN 71-8:2006 Безпечність іграшок. Частина 8. Гойдалки, похилі жолоби та аналогічні іграшки побутового призначення для активних занять у закритих приміщеннях та на відкритому повітрі: - Київ : Держспоживстандарт України, 2007.

26. ДСТУ EN 71-9 Безпечність іграшок. Частина 9. Органічні хімічні сполуки. Вимоги: - Київ : Держспоживстандарт України, 2009.

27. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 № 1023-ХІІ (у редакції Закону № 3161-IV від 01.12.2005, зі змінами). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>

28. Про охорону дитинства : Закон України від 26.04.2001 р., № 2402-ІІІ // ВВР України. - 2001. - № 30. - Ст. 142. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2402-14>

29. Про підтвердження відповідності : Закон України від 17.05.2001 р., № 2406-ІІІ // ВВР України. - 2001. - № 32. - Ст. 169. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2406-14>

30. Про стандарти, технічні регламенти та процедури оцінки відповідності : Закон України від 01.12.2005 р., № 3164-IV // ВВР України. - 2006. - № 12. - Ст. 101. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3164-15>

31. Иванов Д. А. Управление цепями поставок / Иванов Д. А. – СПб. : Издательство СПбГПУ, 2012. – 660 с.

32. Коломієць, І. Ф. Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства в системі факторів інтернаціоналізації / І. Ф. Коломієць // Конкуренція. – 2017. – № 3. – С. 16-26.

33. Конвенція про права дитини : від 20.11.1989 р. // Юридичний вісник України. - 2005. - № 48. - С. 12.

34. Кондрашова, В. К. Экономика полиграфического предприятия:

учебник для вузов / В. К. Кондрашова, О. Г. Исаева. – М. : Изд-во МГУП, 2010. – 320 с.

35. Коноваленко В.М. Управління закупівельною діяльністю роздрібного торговельного підприємства : автореферат дис. на здобуття наук. ступеню канд. екон. наук / В.М. Коноваленко – К. : КНТЕУ, 2009. – 24 с.

36. Конституція України: від 28.06.1996 р., № 254к/96-ВР // ВВР України. - 1996. - № 30.

37. Король А.Н. Пути совершенствования управления закупками / А.Н. Король // Вестник ТОГУ. – 2008. – № 2(9). [Електронний ресурс] – Режим доступу : www.khstu.ru/vestnik/articles/58.pdf

38. Котлер Ф. Основы маркетинга, 9-е издание.: Пер. с англ. / Ф. Котлер, Г. Амстронг. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2003. – 1200 с.

39. Краткий курс лекций по дисциплине “Логистика” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://studme.org/1584072014244/logistika/logistika>

40. Крикавський Є. В. Логістичне управління : [підручник] / Уотерс Д. – Львів : Вид-во Нац. ун-ту "Львівська політехніка", 2015. – 684 с.

41. Крикавський Є. В. Формування економічного потенціалу підприємств на основі логістичних концепцій. Автореферат дис... докт. екон. наук.: 08.06. 01. – Львів. – 1997. – 47 с.

42. Кристофер М. Логистика и управление цепочками поставок / М. Кристофер ; под. общ. ред. В. С. Лукинского – СПб. : Питер, 2004. – 316 с.

43. Лайсонс К. Управление закупочной деятельностью и цепью поставок / Кеннет Лайсонс, Майкл Джиллингем. – М. : Инфра-М, 2005. – 798 с.

44. Ларіна Р. Р. Логістика / Р. Р. Ларіна. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://readbookz.com/books/24.html>.

45. Линдерс М. Управление снабжением и запасами. Логистика / М. Линдерс, Х. Фирон ; [пер.с англ.]. – СПб : ООО «Виктория Плюс», 2002.

46. Линдерс Майкл Р. Управление снабжением и запасами. Логистика / Пер. с англ. / Майкл Р. Линдерс, Харольд Е. Фирон. – СПб.: ООО

«Издательство Полигон», 1999. – 768 с.

47. Лігоненко Л.О. Управління товарним забезпечення обороту торговельного підприємства : [навч. посібник] / Л.О. Лігоненко, І.М. Чумак. – К. : Київ. держ. торг-екон. ун-т, 1998. – 78 с. – ISBN 996-7376-10-9.

48. Мазаракі А. А. Економіка торговельного підприємства : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / А.А. Мазаракі, Л.О. Лігоненко, Н.М. Ушакова ; під ред. Н.М. Ушакової. – К. : Хрещатик, 1999. – 800 с.

49. Маркетинговые исследования украинского рынка игрушек. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: www.comstar.ru

50. Мій бізнес [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://msb.aval.ua/ru/news/?id=25078>

51. Мірошнік М. В. Розробка моделі оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства / М. В. Мірошнік, В. М. Кобелев // Вісн. НТУ «ХПІ». – 2014. – № 32. – С. 182–187 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/9530/1/vestnik_HPI_2014_32_Miroshnyk_Rozrobka.pdf.

52. Молодцова, О. П. Управління якістю програм продукції : навч. посіб. / О. П. Молодцова. – К. : КНЕУ, 2011. – 302 с.

53. Наказ Міністерства зовнішніх економічних зв'язків України «Про затвердження Правил комісійної торгівлі непродовольчими товарами» : від 13.03.1995 р., № 37. . [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0079-95>

54. Нік Нільсон. Виховна роль іграшки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: ua.textreferat.com/referat-12166.html

55. Основні вимоги законодавства ЄС до безпеки та якості товарів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukraine-eu.mfa.gov.ua/ua/Ukraine+-+EU+exportimport+helpdesk+/Non-tariff+regulation>.

56. Павлова, В. А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінки та стратегія забезпечення / В. А. Павлова, Дніпропетровський ун-т економіки та права. – Д. : Видавництво ДУЕП, 2016. – 276 с.

57. Панна А. О. . Якість продукції як економічна категорія та об'єктивна необхідність її підвищення / А. О. Панна. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=26448>.

58. Перерва П. Г. Механізм управління рівнем конкурентоспроможності продукції підприємства / П. Г. Перерва, Т. В. Романчик // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 4 – С. 227–235. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2012_4_230_235.pdf.

59. Державні санітарні правила і норми безпеки іграшок та ігор для здоров'я дітей ДСанПіН 5.5.6.012-98 : Постанова Головного державного санітарного лікаря України від 30.12.1998 р., № 12.

60. Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування населення : Постанова Кабінету Міністрів України від 15.06.2006 р., № 833 // Офіційний вісник України. - 2006. - № 25. - Ст. 1818. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/136-2017-%D0%BF>

61. Про затвердження Технічного регламенту безпечності іграшок : Постанова Кабінету Міністрів України від 28.02.2018 р., № 151. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/151-2018-%D0%BF>

62. Пунин, Е. М. Маркетинг, менеджмент, ценообразование на предприятии / Е. М. Пунин. – М. : Международные отношения, 2017. – 661 с.

63. Про затвердження Концепції державної політики у сфері управління якістю продукції (товарів, робіт, послуг) : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.08.2002 р., № 447-р // Офіційний вісник України. - 2002. - № 34. - Ст. 1620. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/447-2002-%D1%80>

64. Сергеев В. И. Логистика в бизнесе [учеб.] / В. И. Сергеев. – М.: Инфра-М, 2011. – 608 с.

65. Соловйова Г. В. Удосконалення системи управління якістю і

конкурентоспроможністю продукції підприємства / Г. В. Соловйова // Економіка: реалії часу : наук. журн. – 2013. – № 1. – С. 201–206. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/No1/201-206.pdf>

66. Сток Дж. Р. Стратегическое управление логистикой / Дж. Р. Сток, Д. М. Ламберт ; [пер. с 4-го англ. изд.]. – М. : ИНФРА-М, 2005, XXXII. – 797 с.

67. Сток Дж. Р., Ламберт Д. М. Стратегическое управление логистикой: Пер. с 4-го англ. изд. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 797 с.

68. Строкович Г. В. Методологічні та методичні основи стратегічного управління якістю функціонування підприємств : монографія / Г. В. Строкович. – Х. : Вид-во НУА, 2013. – 396 с.

69. Строкович Г. В. Якість функціонування підприємства: внутрішні та зовнішні аспекти : монографія / Г. В. Строкович. – Х. : Вид-во НУА, 2010. – 212 с.

70. Шнипко, О. Політика підвищення конкурентоспроможності: досвід розвинених країн та Україна / О. Шнипко // Економіст. – 2006. – № 8. – С. 33-35.

71. Томілін О . О . Впровадження системи управління якістю продукції на підприємстві / О. О . Томілін. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/4.2/312.pdf>

72. Требования безопасности мягкой игрушки. [Електронний ресурс]. –Режим доступу до ресурсу: www.stud24.ru/.../87447-267586-page5.html

73. Про Національну програму «Діти України»: Указ Президента України від 18.01.1996 р., № 63/96 // Урядовий кур'єр. - 25.01.1996. - № 15-16.

74. Уотерс Д. Логистика. Управление цепью поставок / Уотерс Д. ; [пер. с англ.]. – М. : ЮНИТИ- ДАНА, 2003. – 503 с.

75. Управление закупками и поставками: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления / М.

Линдерс, Ф. Джонсон, А. Флинн, Г. Фирон; пер. с англ. под ред. Ю. А. Щербанина. – 13-е изд. – М.: ЮНИТИ_ДАНА, 2017. – 751 с.

76. Управление конкурентоспособностью: теория и практика : учебник для вузов / Е. А. Горбашко, И. А. Максимцев, Ю. А. Рыкова, Н. Ю. Четыркина ;— М. : Издательство Юрайт, 2016. — 447 с.

77. Харченко, Т. Б. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств як засіб ринкового реформування економіки / Т. Б. Харченко // АПЕ. – 2013. – № 2. – С. 70-73.

78. Чупик, Г. Р. Наукові підходи до визначення категорій "конкуренція" та "конкурентоспроможність" / Г. Р. Чупик // Вісник Львівської КА. – 2016. – № 22. – С. 55-58.

79. Чухрай Н. І., Матвій С. І. Перепроєктування логістичних бізнес-процесів у ланцюгах поставок / Н. І. Чухрай, С. І. Матвій // Вісник НУ "Львівська політехніка" "Логістика". – 2014. – № 811. – С. 403–414.

80. Чухрай Н.І. Формування ланцюга поставок: питання теорії та практики : [монографія] / Н. І. Чухрай, О. Б. Гірна. – Львів : "Інтелект-Захід", 2007. – 232 с.

81. Швайка, Л. А. Фактори якості та конкурентоспроможності продукції поліграфічних підприємств / Л. А. Швайка // Наукові записки УАД. – 2010. – №. 2. – С. 114-116.

82. Шемет Я. В. Сучасні підходи до управління конкурентоспроможністю підприємства / Я. В. Шемет, С. О. Тульчинська. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2013-32.pdf>.

83. Шкардун, В. Интегральная оценка конкурентоспособности предприятия / В. Шкардун // Маркетинг. – 2015. – № 1. – С. 38-50.

Особливі вимоги електромеханічних іграшок

Фізичні та механічні властивості	Іграшки та їх деталі, а також кріплення зафіксованих іграшок повинні мати необхідну механічну міцність та в разі потреби стійкість до навантажень, яким вони піддаються під час користування, щоб не виникло руйнування чи деформування, яке створює ризик завдання тілесних ушкоджень. Доступні краї, виступи, шнури, кабелі та елементи кріплення на іграшках повинні бути розроблені та виготовлені таким чином, щоб мінімізувати ризик тілесних ушкоджень в результаті контакту з ними. Іграшки повинні бути розроблені та виготовлені таким чином, щоб не становити жодного ризику або становити мінімальний ризик, пов'язаний з їх використанням і спричинений рухом її частин. Іграшки, які надають змогу користувачам пересуватися на них, повинні включати гальмівну систему, яка є прийнятною для відповідного типу іграшки та пропорційною створюваній іграшкою кінетичній енергії. Така система повинна бути легкою у користуванні без ризику випадіння чи отримання тілесних ушкоджень користувачем або третьою стороною. Максимальна проектна швидкість, що дає змогу пересуватися на іграшках, оснащених електричним приводом, повинна бути обмежена для мінімізації ризику травмування. Іграшки повинні бути виготовлені у такий спосіб, щоб: максимальна та мінімальна температура будь-якої доступної поверхні не спричиняла травмування у разі дотику; Іграшки, призначені для створення звуку, повинні розроблятися та виготовлятися таким чином, щоб за максимальної гучності для імпульсних та безперервних звуків вони не завдали шкоди слуху дитини.
Займистість	Іграшки не повинні містити небезпечних займистих елементів у дитячому середовищі. Іграшки повинні бути виготовлені з матеріалів, які відповідають одній з таких вимог: — не горять під безпосередньою дією полум'я чи іскри або іншого потенційного джерела вогню; — не є легкозаймистими (полум'я загасає відразу після усунення причини загоряння); — у разі загоряння вони горять повільно та характеризуються низькою швидкістю поширення полум'я; — незалежно від хімічного складу іграшки розроблені таким чином, що механічно уповільнюють процес горіння. Такі горючі матеріали не повинні спричиняти ризику займання для інших матеріалів, з яких виготовлена іграшка.

Продовження Дод. А.

Іграшки не повинні працювати від джерела електричної енергії з номінальною напругою вище 24 В постійного струму або еквівалентним значенням напруги змінного струму, її доступні частини не повинні перебувати під напругою, що перевищує 24 В постійного струму або еквівалентне значення напруги змінного струму.

Усередині іграшки напруга не повинна перевищувати 24 В постійного струму або еквівалентне значення напруги змінного струму, крім випадку, коли комбінація напруги і струму не призводить до жодного ризику чи шкідливого електричного удару навіть у разі, коли іграшка поламана.

Частини іграшки, які підключені або призначені для підключення до джерела електричної енергії, здатного спричинити електричний удар, разом із шнурами або іншими провідниками, через які електрична енергія подається на такі частини іграшки, повинні бути належним чином ізольовані та механічно захищені для запобігання ризику виникнення електричного удару.

Електричні іграшки повинні бути розроблені та виготовлені таким чином, щоб забезпечувати за максимальної температури, якої досягають усі доступні зовнішні поверхні іграшок, неможливість спричинення опіків у разі торкання до них.

Іграшки повинні відповідати вимогам електричної безпечності в умовах передбачуваного пошкодження.

Електричні іграшки не повинні створювати пожежної небезпеки.

Електричні іграшки повинні бути розроблені і виготовлені таким чином, щоб електричні, магнітні і електромагнітні поля та інше випромінювання, створювані ними, були обмежені до рівня, необхідного для роботи іграшки, та повинні функціонувати на рівні безпеки відповідно до загального рівня досягнень науки і техніки у сфері безпечності.

Іграшки, що мають електронну систему управління, повинні розроблятися і виготовлятися у такий спосіб, що забезпечує їх безпечну роботу, навіть у разі, коли електронна система почала працювати неправильно або вийшла з ладу внаслідок аварії системи управління чи зовнішнього фактора.

Іграшки повинні розроблятися та виготовлятися в такий спосіб, щоб вони не становили будь-яких небезпек здоров'ю або ризику ушкодження очей чи шкіри лазером, світловипромінювальними діодами (LEDs) або будь-яким іншим типом випромінювання.

Електричний трансформатор іграшки не повинен бути вбудованою частиною іграшки.

Хімічні властивості	Продовження Дод. А. Іграшки повинні розроблятися та виготовлятися таким чином, щоб не становити ризиків виникнення шкідливих наслідків для здоров'я людини через вплив хімічних речовин або сумішей, з яких виготовлені іграшки або які в ній містяться. Іграшки не повинні містити алергенні ароматичної речовини, наведені в таблиці 1 додатка Б технічного регламенту. Водночас наявність незначної кількості таких ароматичних речовин дозволяється за умови, що цього технічно неможливо уникнути у разі належної виробничої практики та вона не перевищує 100 мг/кг. Найменування алергенних ароматичних речовин, наведених у таблиці 2 додатку Б технічного регламенту, повинні зазначатися на іграшці, прикріпленій до неї етикетці (ярлику), пакуванні або в супровідній листівці, якщо концентрація таких речовин в іграшці або її складових частинах перевищує 100 мг/кг.
Гігієна	Іграшки повинні розроблятися та виготовлятися відповідно до вимог гігієни і чистоти з метою недопущення будь-якого ризику інфікування, захворювання або зараження.

Додаток Б

Анкета «Виявлення переваг споживачів щодо асортименту та якості електромеханічних машинок ПрАТ «Дитячий світ Київ»**АНКЕТА
ШАНОВНИЙ СПОЖИВАЧУ!**

представлений в магазині асортимент товарів максимально відповідав Вашим запитам.

Запрошуємо Вас взяти участь в опитуванні та відповісти на запитання наведеної нижче анкети.

Для того, щоб правильно заповнити анкету, уважно прочитайте питання та всі варіанти відповідей на нього, відмітьте вибрану Вами відповідь V або впишіть свій варіант відповіді у графу «Інше».

1. Ваша стать:

- ☐ чоловіча;
- ☐ жіноча;

2. Ваш вік

- ☐ 18-29 років;
- ☐ 30-49 років;
- ☐ понад 50 років;

3. Чи маєте дитину?

- ☐ так;
- ☐ ні;

4. Яка причина купівлі електромеханічної іграшки?

- ☐ купівля собі;
- ☐ купівля в подарунок;
- ☐ купівля дитині;

5. Чи задоволені ви асортиментом електромеханічних іграшок в магазині «Дитячий світ»?

- ☐ так
☐ ні
☐ важко відповісти

6. Зазначте ступінь своєї задоволеності за 5-бальною шкалою нижче зазначеними характеристиками асортименту та якості електромеханічних іграшок магазину ПрАТ «Дитячий світ Київ»:

Показник	Задоволеність в балах				
Безпечність	1	2	3	4	5
Довговічність	1	2	3	4	5
Зручність користування	1	2	3	4	5
Колір	1	2	3	4	5
Ціна	1	2	3	4	5
Міцність кріплення деталей	1	2	3	4	5
Відповідність формам і розмірам	1	2	3	4	5
Матеріали корпусу	1	2	3	4	5
Досконалість виконання	1	2	3	4	5

7. Яким видам електромеханічних іграшок ви надаєте перевагу?

- ☐ ляльки;
☐ транспорт;
☐ розвиваючі;
☐ інші: _____

8. Яким брендам ви надаєте перевагу?

- ☐ WADER;
☐ Keenway;
☐ Maisto;
☐ New Bright;
☐ NIKKO;
☐ інші: _____

Дякуємо за допомогу!

Експертна оцінка якості та безпечності електромеханічних машинок

Показник	Номер зразка		
	Зразок №1	Зразок №2	Зразок №3
Зовнішній вигляд	Зовнішній вигляд – яскравий. Іграшка виготовлена з високоякісних безпечних й нешкідливих матеріалів. Зразок відповідає функціональним, ергономічним, гігієнічним, естетичним вимогам.	Зовнішній вигляд – є цікавим. Загалом, іграшка виготовлена із якісних, міцних матеріалів, що при використанні забезпечать довговічність використання.	Зовнішній вигляд зразку – є найкращим серед інших зразків.
Стан поверхні	Поверхня старанно оброблена, без подряпин, патьоків фарби, плям, слідів корозії	Має невеликі подряпини на поверхні, що не впливають за загальний стан іграшки	Поверхня старанно оброблена, проте зразок має декілька патьоків фарби, що впливає на загальну оцінку
Рівень стороннього запаху	Зразок має дуже слабкий запас пластмаси, який, через період 7 хвилин вивірюється та більше не відчувається	Зразок не має зайвих запахів	Дуже слабкий запас гуми, який, через період 15 хвилин вивірюється та більше не відчувається
Рівень звуку	Рівень шуму не перевищує 30 дБа	Рівень шуму не перевищує 33дБа	Рівень шуму не перевищує 26 дБа
Конструкція	Якість виготовлення конструкції – високого рівня. Деталі міцно з'єднуються, без перекосів та задирок. Зразок має певні пошкодження колес, проте, це не впливає на зручність використання.	Якість виготовлення зразку – вище середнього. Зразок має деталі, що не міцно закріплені на корпусі, проте, це не впливає на зручність використання	Якість виготовлення зразку, у порівнянні із іншими – найвища. Зразок не має негативних характеристик щодо констукції.
Вага	Вага іграшки – 8660 г, що відповідає конструкції та функціональним особливостям іграшки	Вага іграшки – 2540 г, що відповідає конструкції та функціональним особливостям іграшки	Вага іграшки – 5060 г, що відповідає конструкції та функціональним особливостям іграшки
Розміри	Відповідає конструкції та функціональним особливостям іграшки	Відповідає конструкції та функціональним особливостям іграшки	Відповідає конструкції та функціональним особливостям іграшки
Відповідність віку	Відповідає віку використання від 11 до 14 років	Відповідає віку використання від 11 до 14 років	Відповідає віку використання від 11 до 14 років
Напруга електродвигунів	Зразок має двигун Velineon 1200XL 1275 KV, напруга якого складає 19,5В.	Зразок має двигун Velineon® 3500 Brushless, напруга якого складає 16,0В.	Зразок має два двигуни 2 x Titan 21T 550, загальна напруга яких складає 22,0В.