

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра торговельного підприємництва та логістики

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА (ПРОЕКТ)

на тему:

ОРГАНІЗАЦІЯ ТОВАРОПОСТАЧАННЯ У ТОРГОВЕЛЬНІ МЕРЕЖУ

Студента 2 курсу бм групи

спеціальності 076

«Підприємництво, торгівля та
біржова діяльність»

спеціалізації «Організація
оптової та роздрібної торгівлі»

Яремчук Аліна
Сергіївна

Науковий керівник

к.е.н., доцент

Торопков Володимир
Михайлович

Гарант освітньої програми

к.е.н., доцент

Кавун-Мошковська
Ольга Олександрівна

Київ 2019

ВСТУП

Актуальність обраної теми. Товаропостачання роздрібною торговельною мережі є необхідною передумовою виконання однією з найважливіших функцій торгівлі – доведення товарів від виробника до кінцевого споживача. Тільки за умови, коли вся товарна маса, призначена для продажу населення, буде доведена до роздрібних торговельних підприємств в необхідному обсязі і асортименті, можна і задовольнити попит населення відповідно до його грошових доходів. Тому організація товаропостачання торговельною мережі є однією з головних функцій комерційного апарату торговельних підприємств.

Аналіз організації товаропостачання роздрібною торговельною мережі були предметом дослідження низки вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких Д. Аакер, П.Ю. Балабан, М.Д. Балджи, А.М. Гаджинський, Д.Я. Гоцинська, З.Б. Живко, Б. Паласюк. та ін. Разом з тим, у цих публікаціях не досліджено проблем організації взаємодії учасників системи товаропостачання для потреб великої кількості дрібних і середніх торговельних підприємств, які самостійно діють на споживчому ринку і стикаються з проблемами пошуку джерел товарних ресурсів, вибору постачальників та забезпечення ефективної взаємодії з ними в процесах товаропостачання, зокрема – шляхом організації відповідних інформаційних систем.

Метою випускної кваліфікаційної роботи є дослідження теоретико-методичних та практичних аспектів організації товаропостачання у ТОВ «Рітейл Тренд».

Досягнення мети обумовлено вирішенням наступних завдань:

- встановити сутність організації товаропостачання у торговельну мережу та її характеристики;
- проаналізувати принципи та фактори товаропостачання у торговельну мережу;
- дослідити встановлення господарських зв'язків між постачальниками та торговельною мережею;
- провести аналіз методів організації завезення товарів у торговельну мережу;

- здійснити оцінювання структури каналів поставки у роздрібну торговельну мережу;
- запропонувати розробку організаційно-економічного механізму для підвищення ефективності механізму товаропостачання у торговельну мережу.
- здійснити економічне обґрунтування доцільності запропонованих заходів щодо удосконалення ефективності товаропостачання у торговельну мережу.

Об'єктом дослідження є процес товаропостачання мережевих підприємств торгівлі.

Предметом дослідження є принципи, методи, технології і практичні сегменти організації товаропостачання на підприємстві ТОВ «Рітейл Тренд».

Теоретичною основою та методологічною базою проведеного у роботі дослідження, є наукові праці провідних вітчизняних і закордонних учених в області товарознавства, логістики, економіки, менеджменту. Правове поле роботи забезпечили законодавчі та нормативні документи з питань регулювання торговельної діяльності. У ході дослідження, аналізу й узагальнення отриманих результатів, використано дані фінансової звітності. При проведенні дослідження використовувалися такі *методи*: структурно-логічний і семантичний аналіз; структурного групування; ситуаційного аналізу; вертикального і горизонтального аналізу; експертних і бальних оцінок, середніх і відносних величин.

Методи дослідження – дослідження виконувались за допомогою загальнонаукових методичних прийомів (аналіз, синтез, індукція та дедукція), економіко-статистичних методів (порівняння, групування, аналіз динамічних рядів, графічний метод). Обробка інформаційного забезпечення здійснювалась з використанням сучасних інформаційних програм.

Апробація дослідження. Підготовка доповіді на тему «Проблема ефективності товаропостачання на підприємстві» на внутривузівській студентській науковій конференції «Актуальні проблеми товарознавства і торговельного підприємництва» (Київ, КНТЕУ, квітень 2019р.)

Публікація. За темою дослідження було опубліковано наукову статтю на тему «Визначальні фактори організації (ефективності) товаропостачання роздрібною торговельною мережі» у збірнику наукових статей студентів.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що розроблені методичні підходи й обґрунтовані теоретичні положення, викладені в випускній кваліфікаційній роботі, доведені до рівня практичних рекомендацій і можуть бути використані суб'єктами господарювання.

Структура роботи складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури, додатків. В дипломній роботі використано 14 таблиць, 6 рисунків, 5 формул, використано 50 літературних джерел. Загальний обсяг курсової роботи 50 сторінок. Статистичний матеріал курсової роботи аналізується за 2017-2019 роки.

РОЗДІЛ 1

СУТНІСТЬ, ПРИНЦИПИ ТА ВИЗНАЧАЛЬНІ ФАКТОРИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТОВАРОПОСТАЧАННЯ РОЗДРІБНОЇ ТОРГОВЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ

Зміст товаропостачання зводиться до того, що підприємство-постачальник товарів за замовленням роздрібного торговельного підприємства повинне відібрати, скомплектувати партію товарів у кількості та асортименті, достатніх для безперебійної торгівлі ними в кожному магазині протягом певного обумовленого періоду, підготувати і доставити замовлені товари власним або найманим транспортом до відповідного пункту продажу або ж надати ці товари представникові роздрібного торговельного підприємства для самостійного їх вивезення [7, с. 225].

Тобто, це комплекс комерційних і технологічних операцій, спрямованих на доведення товарів до роздрібної торговельної мережі в кількості та асортименті, що відповідають попиту населення.

Процес товаропостачання завершується прийманням товарів у роздрібному торговельному підприємстві та документальним оформленням операції здавання-приймання товарів.

Під час розгляду того, що розуміють під терміном «сутність товаропостачання» доцільно дослідити його теоретичну складову:

1. Визначення потреби в товарах: здійснюється з метою забезпечення неперервної циркуляції товарної маси в обсягах та структурі, які б відповідали ритму реалізації товарів у відповідному плановому періоді. Потреба в товарі - це обґрунтований розрахунок обсягу та асортименту конкретних видів товарів, необхідних для максимального задоволення попиту населення, що обслуговується [7, с. 225].

Цей процес, дозволить торговому підприємству успішно функціонувати на споживчому ринку, реалізовувати товари і отримувати прибуток через задоволення купівельного попиту.

2. Вибір джерел товаропостачання і постачальників товарів: в умовах

ринкової економіки в організації товаропостачання беруть участь різноманітні суб'єкти оптового ринку товарів народного споживання, до яких належать виробничі, переробні, сільськогосподарські та оптові підприємства, склади роздрібних торговельних підприємств та їх об'єднань, торговельно-посередницькі підприємства, приватні підприємці, які виступають постачальниками товарів.

3. Встановлення раціональних схем постачання: раціональна організація постачання підприємств сировиною, продуктами і матеріально-технічними засобами є найважливішою передумовою ефективною і ритмічною роботи виробництва [7, с. 226].

Ця умова дозволить більш повно задовольнити споживчий попит, сприятиме прискоренню оборотності коштів, зниженню витрат і підвищенню рентабельності.

4. Укладення угод на постачання товарів (купівлі та продажу товарів, договорів поставки): відповідно до Цивільного кодексу України договір поставки є різновидом договору купівлі-продажу, оскільки положення про нього включені до глави 54 «Купівля-продаж». Договором поставки є такий договір, за яким постачальник, що є суб'єктом господарювання, зобов'язується передати в обумовлені строки (або строк), що не збігаються з моментом укладання договору, товари у власність (господарське відання, оперативне управління) покупця для використання у господарській діяльності або в інших цілях, не пов'язаних з особистим, сімейним, домашнім або іншим подібним використанням, а покупець зобов'язується прийняти товари і сплатити за них певну грошову суму.

5. Оперативний контроль за виконанням договорів поставки: перевірку виконання договорів потрібно пов'язувати з роботою підрозділів підприємства, яких стосується випуск продукції [7, с. 227].

Завдяки цій складовій, перевіряючи виконання зобов'язань з постачання продукції покупцям, підприємство буде знати, що недопостачання має

компенсуватися постачанням у наступний період (місяць, квартал, рік) і що не враховуються перекриття недопостачання однієї продукції іншою.

6. Вибір форм товаропостачання: вибір оптимальних джерел та форм товаропостачання для підприємств роздрібної торгівлі, які мають значну кількість магазинів та інших об'єктів роздрібної торговельної мережі, можна здійснювати шляхом розробки схем завезення товарів. Ці схеми визначають конкретний порядок руху товарів від промислових, сільськогосподарських, переробних підприємств, оптових баз та інших постачальників до роздрібних торговельних підприємств.

7. Визначення раціональної частоти доставки й оптимальних розмірів партій завезення товарів: з урахуванням порядку завезення товарів у роздрібну торговельну мережу розрізняють дві форми товаропостачання — транзитну і складську [7, с. 230].

Транзитна форма товаропостачання передбачає завезення товарів безпосередньо від їх виробників у роздрібну торговельну мережу, оминаючи склади підприємств роздрібної торгівлі. Транзитну форму товаропостачання використовують, як правило, для великих спеціалізованих та універсальних магазинів.

Складська форма передбачає товаропостачання магазинів з власних складів роздрібних торговельних підприємств. Складську форму товаропостачання застосовують, як правило, у випадку отримання товарів від іногородніх постачальників. Складська форма товаропостачання застосовується при завезенні в роздрібну торговельну мережу товарів складного асортименту.

8. Організація доставки товарів у магазини: організація процесу товаропостачання суттєво залежить від того, беруть у ньому безпосередню участь працівники підприємств роздрібної торгівлі чи процеси постачання товарів у магазини здійснюються без них. З урахуванням цієї ознаки розрізняють два методи товаропостачання: децентралізований («самовивіз»); централізований [7, с. 231].

Децентралізований метод товаропостачання передбачає виконання транспортно-експедиційних операцій силами і засобами роздрібних торговельних підприємств, тобто всі операції з завезення товарів від складів постачальників, починаючи з пошуку транспорту, роздрібні підприємства виконують самостійно.

Централізоване завезення товарів застосовують як за складської, так і за транзитної форми товаропостачання торговельної мережі. Воно може здійснюватися підприємствами промисловості, іншими товаровиробниками, оптовими базами або складами підприємств роздрібної торгівлі.

9. Приймання товарів і його документальне оформлення: усі товари, які надходять у роздрібні торговельні підприємства, повинні бути прийняті за кількістю та якістю [7, с. 240].

Це дозволяє забезпечити контроль за збереженням товарно-матеріальних цінностей в магазинах, запобігти потраплянню в реалізацію неякісних товарів, сприяє організації контролю за виконанням постачальниками договірних зобов'язань. Приймання товарів у магазині здійснюється послідовно й одночасно з розвантажуванням товарів.

Основними елементами процесу приймання товарів у магазині є: ознайомлення з супровідними документами і перевірка правильності їх оформлення; перевірка відповідності найменування товарів і їх маркування даним супровідних документів; перевірка кількості місць, стану тари й упаковки; перевірка маси брутто; перевірка відповідності цін, указаних у супровідних документах, преїскуранту або протоколу узгодження договірної ціни; розкривання тари; перевірка маси нетто або кількості одиниць товару; перевірка якості товарів; документальне оформлення результатів приймання.

Основними документами, що регулюють взаємовідносини партнерів, пов'язаних з поставкою товарів:

1. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV;
2. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV;
3. Господарський процесуальний кодекс України від 06.11.1991 р. №1798- XII;

4. Цивільний процесуальний кодекс України від 18.03.2004 р. №1618- IV;
5. Кодекс України про адміністративні правопорушення від 07.12.1984 р. №8073- X;
6. Кодекс адміністративного судочинства України від 06.07.2005 р. №2747- IV;
7. Закон України «Про правові засади цивільного захисту» від 24.06.2004 р. №1859- IV та ін.

Дослідження змісту визначальних факторів організації товаропостачання потребує розгляду їх складових. Зокрема, професор Н.І. Возненко пропонує проводити організацію товаропостачання за двома факторами: об'єктивними та суб'єктивними (рис. 1.1). Розглянемо їх детальніше.

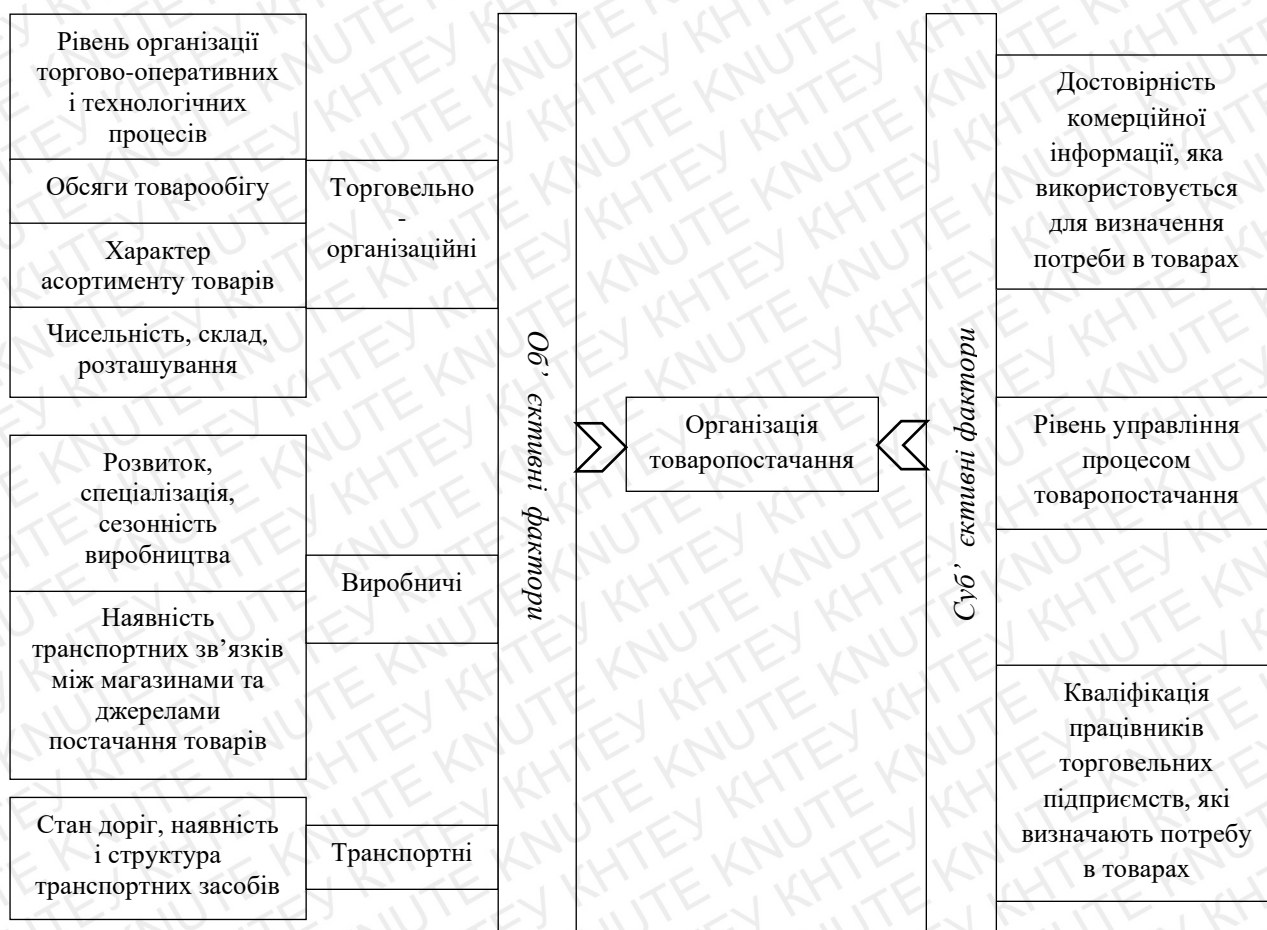


Рис. 1.1. Фактори, які впливають на організацію товаропостачання роздрібною торговельною мережею

Джерело: [9, с. 211]

Таким чином, до об'єктивних факторів належать групи виробничих, транспортних і торговельно-організаційних. На організацію товаропостачання

впливають і суб'єктивні фактори, зокрема: рівень управління процесом товаропостачання; кваліфікація працівників, які визначають потребу в товарах; достовірність комерційної інформації. До групи виробничих факторів відносять розвиток і розташування виробництва, його спеціалізація, сезонність, наявність сировинної бази, наявність достатнього асортименту і запасів готової продукції у постачальників тощо. До транспортних факторів відносять: стан доріг, наявність транспортних зв'язків між магазинами та джерелами постачання, стан і структуру парку транспортних засобів, які застосовуються для завезення товарів. До найважливіших торговельно-організаційних факторів відносять чисельність і склад роздрібно-торговельної мережі, її розташування на території районів, обсяги товарообігу підприємств, площі торгових залів і складських приміщень, рівень організації торговельно-оперативних і технологічних процесів, структуру й особливості асортименту товарів тощо.

Рациональна організація товаропостачання ґрунтується на додержанні основних вимог, які в подальшому будуть розглянуті на практичному рівні, а саме:

- завезення товарів у роздрібне торговельне підприємство відповідно до обсягів та структури попиту населення;
- ритмічне постачання товарів у роздрібну торговельну мережу в широкому асортименті і необхідній кількості;
- встановлення розмірів партій завезення з урахуванням наявних товарних запасів і прийнятої періодичності завезення;
- визначення джерел постачання і найбільш ефективних у конкретних умовах форм і методів товаропостачання з урахуванням складності асортименту, обсягів виробництва товарів та територіальної віддаленості постачальників від торговельного підприємства;
- визначення кількості товарів і частоти їх завезення відповідно до типу і потужності торговельного підприємства;
- забезпечення мінімальних витрат на завезення та зберігання товарів у роздрібній торговельній мережі.

Раціональна організація постачання роздрібною торговельною мережою з урахуванням наведених вимог має базуватися на принципах плановості, безперебійності, ритмічності, оперативності, технологічності та економічності.

Принцип плановості товаропостачання передбачає завезення товарів у магазини за графіками, які визначають раціональну частоту, періодичність доставки окремих товарів і оптимальні розміри партій, що підлягають завезенню в торговельні підприємства.

Принцип безперебійності товаропостачання полягає в регулярному завезенні товарів у пункти продажу в кількості та асортименті, які унеможливають перебої в торгівлі ними.

Принцип ритмічності товаропостачання полягає в завезенні товарів через визначені (як правило – рівні) проміжки часу [17, с. 14].

Завдяки цьому принципу не допускаються відхилення торговельних підприємств від установленого асортиментного профілю, утворення наднормативних товарних запасів і створюються передумови для раціональної роботи постачальників товарів.

Принцип оперативності товаропостачання передбачає завезення товарів у роздрібну торговельну мережу з періодичністю, яка відповідає динаміці роздрібного продажу товарів, його сезонних та інших коливань [17, с. 14].

Цей принцип передбачає періодичне поповнення запасів за певних умов: при рівномірному попиті товари завозяться через рівні проміжки часу; при нерівномірному (динамічно змінюваному) попиті, який скорочується або зростає.

Принцип технологічності товаропостачання передбачає застосування прогресивних технологічних рішень на всіх етапах та ланках товаропостачання, включаючи транспортні, оптові і роздрібні торговельні підприємства. Основним напрямом забезпечення цього принципу є впровадження прогресивних технологічних рішень.

Принцип економічності товаропостачання передбачає мінімізацію коштів на організацію закупівель, завезення і зберігання товарів [17, с. 15].

Під час використання цього принципу оптимізується використання парку транспортних засобів, які застосовуються для завезення товарів від постачальників до роздрібно-торговельної мережі, механізується завантажувально-розвантажувальні роботи, правильно та вчасно оформлюється документація з відпуску та приймання товарів.

Розвиток товаропостачання торговельного підприємства залежить від багатьох факторів, що знаходяться в постійній взаємодії. Розглянемо фактори у торгівлі, через які може бути проблема організації товаропостачання, вибір джерел товаропостачання та постачальників товарів, встановлення раціональних схем постачання та вибір форм товаропостачання (табл. 1.1)

Таблиця 1.1

Фактори, що впливають на товаропостачання торговельної мережі

№	Фактор	Опис
1	Економічні	пов'язані з обігом грошей, товарів, інформації та енергії. До цих факторів належать: рівень та темпи інфляції, зростання та спад виробництва, коливання курсу національної валюти відносно валют інших країн, оподаткування, умови одержання кредиту і процентна банківська ставка, рівень динаміки цін, розподіл прибутків і попит покупців, платоспроможність контрагентів
2	Політичні	впливають на політичні погляди та поділяють людей на окремі політичні групи і знаходять вираження в діяльності та прийнятті рішень місцевими органами влади та уряду. Ця група факторів мусить постійно знаходитись у полі зору керівників підприємств перш за все у нестабільному соціально-економічному і політичному середовищі, яке має місце в Україні.
3	Соціокультурні	формується у рамках конкретного суспільства і відображають особливості основних поглядів, цінностей та норм поведінки людей, що впливають на прийняття ними управлінських рішень. До них відносять: ставлення людей до самих себе і до інших, ставлення до суспільних інститутів, природи, основних культурних цінностей тощо. господарський маркетинговий персонал керівник
4	Демографічні	характеризують зміну структури населення за віковими, національними, кваліфікаційними ознаками, рівнем освіти, доходів, споживацькими перевагами тощо. Їх аналіз дає можливість зрозуміти, зокрема, чи достатній освітній та кваліфікаційний рівень населення регіону для забезпечення позитивного сприйняття продукції
5	Науково-технічні	пов'язані з розвитком техніки, обладнання, інструментів, процесів обробки та виготовлення продуктів, матеріалів і технологій, а також «know-how». Нерівномірний перебіг науково-технічного прогресу, розбіжність у просторі і часі створення та використання технічних новинок вимагають врахування підприємствами рівня і тенденцій техніко-технологічного розвитку і того, як його досягнення використовуються конкурентами. Прикладом на даний момент в галузі роздрібно-торгівлі є безплатіжний термінал та каси самообслуговування, до недавнього часу які вважалися новинкою зараз є звичайним ділом
6	Екологічні	всестороннє обґрунтування підприємницької стратегії також передбачає її відповідність критерію безпеки людини і навколишнього середовища. Кліматичні умови також відносяться до екологічних факторів оскільки у підприємств є землі, на яких вирощуються овочі та фрукти.

Джерело: [20, с. 50]

За даними таблиці, слід відзначити фактори, які впливають на товаропостачання, а саме економічні, політичні, соціокультурні, демографічні, науково-технічні, екологічні. Деякі з них можуть принести підприємству чималих проблем, особливо, якщо вони стрімко і неочікувано змінюватимуться.

Розглянемо ще одну важливу проблему в організації товаропостачання, а саме – вибір постачальників. Важливість її пояснюється не тільки тим, що на сучасному ринку функціонує велика кількість постачальників схожих матеріальних ресурсів, але, головним чином тим, що постачальник повинен бути надійним партнером підприємства в реалізації його логістичної стратегії.

Внаслідок комплексного пошуку ТОВ «Рітейл Тренд» формує перелік потенційних постачальників матеріальних ресурсів, згідно якого проводиться подальша робота. При цьому використовуються такі методи:

- оголошення конкурсу (тендера): проводиться, якщо передбачається закупити сировину, матеріали, комплектуючі на велику грошову суму або налагодити довгострокові зв'язки між постачальником чи споживачем;
- вивчення рекламних матеріалів: фірмових каталогів, оголошень у засобах масової інформації;
- відвідування виставок і ярмарків;
- листування і особисті контакти з можливими постачальниками.

Складений перелік потенційних постачальників аналізується за спеціальними критеріями, які дозволяють здійснити відбір прийнятних постачальників, а саме:

- надійність постачання;
- віддаленість постачальника від споживача;
- терміни виконання замовлень;
- періодичність постачань;
- умови оплати;
- мінімальний розмір партії товару;
- можливість отримання знижки;

- частка постачальника у покритті витрат;
- повнота асортименту;
- умови розподілу ризиків;
- наявність сервісного обслуговування;
- рекламна підтримка;
- репутація постачальника;
- фінансове становище постачальника та його кредитоспроможність.

Внаслідок аналізу потенційних постачальників формується перелік конкретних постачальників, з якими проводиться робота із встановлення договірних відносин.

Основним документом, що визначає права та обов'язки сторін по організації постачання товарів і продукції матеріально-технічного призначення, є договір [22, с. 129].

Будь-який договір – це завжди юридичний інструмент, тому його складання має бути доручено компетентним особам і обов'язково перевірятися юристом. При складанні договору необхідно приділяти увагу структурі і змісту договору. Будь-який надійний договір повинен складатися з чотирьох частин: вступна частина, предмет договору, додаткові умови договору.

Отож, можна зробити висновки, що товаропостачання роздрібною торговельною мережі – це комплекс комерційних і технологічних операцій, спрямованих на доведення товарів до роздрібною торговельною мережі в кількості та асортименті, що відповідають попиту населення.

Термін «сутність товаропостачання» включає в себе визначення потреби в товарах, вибір джерел товаропостачання і постачальників товарів, встановлення раціональних схем постачання, укладення угод на постачання товарів, оперативний контроль за виконанням договорів поставки, вибір форм товаропостачання, визначення раціональної частоти доставки й оптимальних розмірів партій завезення товарів, організація доставки товарів у магазини, приймання товарів і його документальне оформлення.

На організацію товаропостачання суттєво впливає низка факторів (економічні, політичні, соціокультурні, демографічні, науково-технічні, екологічні) та принципів (плановості, безперервності, ритмічності, оперативності, технологічності та економічності).

Ефективне товаропостачання може бути організоване тільки з урахуванням дії цих факторів та застосуванням наукових методів управління процесами товаропросування. Оскільки безперервна зміна процесів товарообігу має певний кількісний взаємозв'язок, створюються умови для організації високоефективної саморегулюючої автоматизованої системи товаропостачання, в основу якої повинен бути закладений принцип безперервного відновлення і регулювання товарних запасів в магазинах.

Раціонально організоване товаропостачання повинно забезпечувати необхідну повноту і стабільність асортименту товарів у роздрібній торговельній мережі, а відповідно і високий рівень задоволеності попиту населення.

Оцінювання ефективності методики проводиться за критеріями 10-ти бальних оцінок, максимізації доходів та ефективності витрат, аналізу структури постачань та рівномірності надходжень, а також ABC – аналізу.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРАКТИКИ ТОВАРОПОСТАЧАННЯ СУПЕРМАРКЕТІВ ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД»

2.1. Вибір постачальників та встановлення господарських зв'язків з ними

Робота написана на прикладі торговельного підприємства ТОВ «Рітейл Тренд». Основним предметом діяльності якого, є роздрібна торгівля продовольчими та непродовольчими товарами, а також інша діяльність - оптова торгівля зерном, необробленим тютюном, насінням і кормом для тварин, оптова торгівля молочними товарами, яйцями і харчовими маслами і жирами, неспеціалізована оптова торгівля продуктами харчування, напоями, тютюновими виробами та ін.

ТОВ «Рітейл Тренд» – це одна з найбільших в Україні мереж супермаркетів та 18 років обслуговування за найкращими світовими стандартами. ТОВ «Рітейл Тренд» дбає про якість та доступність товарів, тому щодня доставляє свіжу добірну продукцію за низькими цінами. Вітчизняні товари, що складають 80% асортименту, та власні виробництва під торговими марками дозволяють заощаджувати, не обмежуючи себе в якості продуктів.

Компанія зробила свої перші кроки на українському ринку у 1992 році, і з перших днів свого існування спеціалізувалася на роботі з продуктами харчування, ставлячи за ціль підвищити якість життя через якість продуктів. Спочатку мережа складалася з декількох невеликих супермаркетів. На сьогоднішній день інтенсивно розвивається мережа в регіонах України та Молдови.

ТОВ «Рітейл Тренд» є юридичною особою, має у власності відокремлене майно, що враховується на його самостійному балансі, від свого імені укладає договори, набуває майнові та немайнові права, несе відповідальність, виступає позивачем та відповідачем у суді. Підприємство засновано у відповідності до чинного законодавства України на підставі рішення Установчих зборів

Товариства (Протокол №1 від 12.09.2002р.) згідно Установчого договору Товариства 12 серпня 2002 року. Зареєстроване Подільською районною радою у м. Києві Державною адміністрацією за номером 1 071 120 0000 000421 від 04.09.2002 року.

Повна назва Товариства: українською мовою: Товариство з обмеженою відповідальністю «Рітейл Тренд»; англійською мовою: Limited liability company retail trend (retail trend ltd).

Уповноважене обличчя: Бондаренко Олександр Анатолійович – керівник з 12.02.2019 року. Форма власності: Недержавна власність (додаток А).

Для ТОВ «Рітейл Тренд» важливою складовою господарської діяльності є вибір постачальників та створення з ними господарських зв'язків. Тож на підприємстві періодично розраховують рейтинги постачальників за окремими критеріями, які встановили експертним методом співробітники служби постачання.

На основі попередньої історії роботи з даним постачальником виставляється оцінка за кожним критерієм (за 10-ти бальною шкалою), після чого шляхом множення отриманих оцінок на значимість відповідних критеріїв і наступного додавання отриманих результатів розраховується рейтинг постачальників ТОВ «Рітейл Тренд» (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Розрахунок рейтингу постачальників ТОВ «Рітейл Тренд»

Критерій вибору постачальника	Постачальники ТОВ «Рітейл Тренд»	Значимість критерію	Оцінка постачальника за даним критерієм	Добуток значимості критерію на оцінку
1. Ціна	ТОВ "Фрутреал"	0,25	8	2,0
	ТОВ «Фрешстарт»	0,25	7	1,75
	ТД «Верес»	0,25	7	1,75
	ООО «Лексо»	0,25	7	1,75
	ТОВ «Експансія»	0,25	7	1,75
	ТОВ «Фруктус Нобіліс»	0,25	6	1,5
	ДП «Еліт»200	0,25	6	1,5
2. Якість товару	ТОВ "Фрутреал"	0,2	7	1,4
	ТОВ «Фрешстарт»	0,2	6	1,2
	ТД «Верес»	0,2	6	1,2
	ООО «Лексо»	0,2	6	1,2

Продовження табл. 2.1

	ТОВ «Експансія»	0,2	6	1,2
	ТОВ «Фруктус Нобіліс»	0,2	5	1
	ДП «Еліт»200	0,2	5	1
3. Надійність постачання	ТОВ "Фрутреал"	0,15	5	0,75
	ТОВ «Фрешстарт»	0,15	4	0,6
	ТД «Верес»	0,15	4	0,6
	ООО «Лексо»	0,15	4	0,6
	ТОВ «Експансія»	0,15	4	0,6
	ТОВ «Фруктус Нобіліс»	0,15	3	0,45
	ДП «Еліт»200	0,15	3	0,45
4. Умови платежу	ТОВ "Фрутреал"	0,15	6	0,9
	ТОВ «Фрешстарт»	0,15	5	0,75
	ТД «Верес»	0,15	5	0,75
	ООО «Лексо»	0,15	5	0,75
	ТОВ «Експансія»	0,15	5	0,75
	ТОВ «Фруктус Нобіліс»	0,15	5	0,75
	ДП «Еліт»200	0,15	5	0,75
5. Повнота асортименту	ТОВ "Фрутреал"	0,1	10	1
	ТОВ «Фрешстарт»	0,1	8	0,8
	ТД «Верес»	0,1	8	0,8
	ООО «Лексо»	0,1	8	0,8
	ТОВ «Експансія»	0,1	8	0,8
	ТОВ «Фруктус Нобіліс»	0,1	8	0,8
	ДП «Еліт»200	0,1	7	0,7
6. Віддаленість постачальника	ТОВ "Фрутреал"	0,1	9	0,9
	ТОВ «Фрешстарт»	0,1	8	0,8
	ТД «Верес»	0,1	8	0,8
	ООО «Лексо»	0,1	8	0,8
	ТОВ «Експансія»	0,1	8	0,8
	ТОВ «Фруктус Нобіліс»	0,1	8	0,8
	ДП «Еліт»200	0,1	8	0,8
7. Сервісне обслуговування	ТОВ "Фрутреал"	0,05	4	0,2
	ТОВ «Фрешстарт»	0,05	1	0,05
	ТД «Верес»	0,05	1	0,05
	ООО «Лексо»	0,05	1	0,05
	ТОВ «Експансія»	0,05	1	0,05
	ТОВ «Фруктус Нобіліс»	0,05	1	0,05
	ДП «Еліт»200	0,05	1	0,05

Джерело: розраховано автором на основі даних фінансової звітності ТОВ «Рітейл Тренд»

Виходячи з даних таблиці, можна побачити, що найвищі бали по всім критеріям отримав ТОВ «Фрутреал», тому він вважається найкращим постачальником ТОВ «Рітейл Тренд». Враховуючі всі данні після підрахунків, найвищий бал отримав критерій «ціна» (2 бали), тому підприємство і обрало для співпраці цього постачальника, так, як, ціна, якість товару, повнота асортименту за кінцевими даними здобули високі оцінки. Хоча слід врахувати,

що важливий критерій «надійність постачань» отримав лише 5 балів з 10, тому варто звернути на це увагу при подальшій співпраці.

Класифікація постачальників за методом ABC (табл. 2.2). Розрізняють три групи постачальників. А – постачальники – ті, з якими підприємство здійснює приблизно 75% обігу, такий обіг дають приблизно 5% постачальників. В – постачальники (20%) дають, як правило, 20% обігу. Для С – постачальників (75%) обіг становить приблизно 5%.

Таблиця 2.2

**Класифікація постачальників ТОВ «Рітейл Тренд»
за методом ABC**

Постачальники	Обіг, тис. грн.	Частка у загальному обігу, %	Обіг кумулятивний, %	Група
ТОВ "Фрутреал"	2300	41,8	41,8	А
ПАТ «Українська Фруктово-Овочева Компанія»	1845	33,6	75,4	
ТОВ «Фрешстарт»	510	9,3	84,7	В
ТД «Верес»	345	6,3	91,0	
ООО «Лексо»	260	4,7	95,7	
ТОВ «Експансія»	90	1,6	97,3	С
ТОВ «Завод Смілянська Хлодня»	75	1,4	98,7	
ООО «Дніпровський хлібокомбінат»11	45	0,8	99,5	
ТОВ «Фруктус Нобіліс»	23	0,4	99,9	
ДП «Еліт»200	7	0,1	100,0	
Сума	5500	100,0	-	

Джерело: розраховано автором на основі даних фінансової звітності ТОВ «Рітейл Тренд»

Проведений ABC – аналіз постачальників показує, що найбільший внесок у формування загального обігу (75,4%) робили всього два постачальники ТОВ "Фрутреал" та ПАТ «Українська Фруктово-Овочева Компанія», які й склали групу А. У групу В увійшли три постачальники ТОВ «Фрешстарт», ТД «Верес», ООО «Лексо», на яких припадає 20,3% сукупного обігу. Інші 4,3% обігу забезпечували решта п'ять постачальників ТОВ «Експансія», ТОВ «Завод Смілянська Хлодня», ООО «Дніпровський хлібокомбінат»11, ТОВ «Фруктус

Нобіліс», ДП «Еліт» 200 – група С. На основі цього аналізу можна зробити висновок про перевагу роботи з певними постачальниками для підприємства. Так, якщо витрати на заходи у сфері закупівель потрібно скоротити, то доцільно приділити увагу насамперед А – постачальникам, оскільки більш інтенсивна робота з ними може вплинути на загальний обіг підприємства.

Для найбільш вигідних постачальників та посередників, ТОВ «Рітейл Тренд», звертає увагу на доцільність закупівлі товарів у постачальників за критерієм максимізації прибутку від співпраці (табл. 2.3). Для даного процесу розрахунку буде використовуватися вихідна інформація (додаток В).

Таблиця 2.3

**Критерії максимізації прибутку від співпраці
ТОВ «Рітейл Тренд» з постачальниками**

Критерії	Формула	Розв'язок		
		ТОВ «Фрешстарт»	ПАТ «Українська Фруктово-Овочева Компанія»	ТОВ "Фрутреал"
Комерційний дохід за місяць співпраці, грн.	$KД = \frac{(Црможл - Цз)К}{Пр} 30$	950,4	447,75	381,09
Інші види доходів за місяць співпраці, грн.	$ІД = ДУРБ + ДМТ + ДІП$	75,39	84,36	75,4
Участь в рекламному бюджеті, грн.	$ДУРБ = \frac{К * Цз * \frac{Урб}{100}}{Пр} 30$	5,1	15,8	14,9
Мерчандайзинг товару, грн.	$ДМТ = \frac{К * Црможл * \frac{Опм}{100}}{Пр} 30$	30,29	28,56	20,5
Сукупний дохід від співпраці з постачальником за місяць, грн.	$Дсук = КД + ІД$	1025,79	532,11	456,49
Поточні витрати за місяць, грн.	$ПВ = \frac{К * Цз * \frac{Вп}{100}}{Пр} 30$	1279,97	530,19	416,19
Можливий прибуток від співпраці з постачальником, грн.	$Пможл = Дсук - ПВ$	-254,18	1,92	40,3

Джерело: розраховано автором на основі даних ТОВ «Рітейл Тренд» (додаток В)

Якщо розглянути розрахунки показників, то можна зробити висновок, що доцільно закуповувати товари у постачальників ПАТ «Українська Фруктово-Овочева Компанія» та ТОВ "Фрутреал", оскільки від співпраці з ними отримується можливий прибуток, щодо рангу пріоритету вибору постачальника, обирається постачальник ТОВ "Фрутреал", оскільки отримується найбільший можливий прибуток.

Організація господарських зв'язків з постачальниками товарів займає особливе місце серед інструментів комерційної діяльності торгового підприємства ТОВ «Рітейл Тренд», тому що ця система представляє сукупність форм, методів і важелів взаємодії підприємств зі споживачами продукції, виражена в основній діяльності по формуванню асортименту товарів [12, с. 20].

Всі операції по організації торгово-оперативних процесів і керуванню ними з метою досягнення високої економічної ефективності роботи ТОВ «Рітейл Тренд» пов'язані, насамперед, з раціональною організацією господарських зв'язків з постачальниками товарів, а саме оцінкам ефективності товарним забезпеченням (табл. 2.4; 2.5), що сприяють планомірному розвитку економіки, збалансованості попиту та пропозиції, своєчасному постачанню продукції і товарів народного споживання покупцям. Для даного процесу розрахунку буде використовуватися вихідна інформація (додаток Г, Г).

Таблиця 2.4

**Оцінювання ефективності комерційних угод щодо закупівлі товарів
за критерієм максимізації показників рентабельності
на підприємстві ТОВ «Рітейл Тренд»**

Критерії	Формула	Розв'язок	
		ПАТ «Українська Фруктово-Овочева Компанія»	ТОВ "Фрутреал"
Ціна закупівлі, у т.ч. ПДВ, грн.	$ПК = \frac{Цз}{15}$	447,75	381,09
Ціна реалізації, у т.ч. ПДВ, грн.	$ПЗ = \frac{Цр}{15}$	7,04	6,52
Витрати пов'язані із закупівлею, грн.	$ВЗ = ТВ + ВОК + Встр$	74,27	191,95

Продовження табл. 2.4

Витрати по обслуговуванню кредиту, грн.	$ВOK = Цз * К * Ст\% * ПР / (365 * 100)$	4,49	19,31
Витрати на страхування кредитної угоди, грн.	$Встр = Цз * К * i стр / 100$	65,68	156,64
Витрати пов'язані з реалізацією товарів, грн.	$Вр = МВ + ВОП + ВСЗ$	43,05	94,94
Сума обов'язкових платежів, що відносяться на витрати обігу, грн.	$ВСЗ = Вп + Вфстр + Втн + Внв$	5,52	11,29
Відрахування до Пенсійного фонду, грн.	$Вп = ВОП * 33,2/100$	5,01	10,22
Відрахування до фонду соціального страхування на випадок безробіття, грн.	$Вфстр = ВОП * 1,3/100$	0,19	0,4
Відрахування до фонду соціального страхування на випадок тимчасової втрати працездатності, грн.	$Втн = ВОП * 1,5/100$	0,22	0,46
Відрахування до фонду соціального страхування від нещасного випадку на виробництві, грн.	$Внв = ВОП * 0,7/100$	0,1	0,21
ПДВ, що підлягає сплаті до бюджету, грн.	$ПДВ = (ПЗ - ПК) * К$	16,1	36,58
Витрати обігу, грн.	$ВО = ВЗ + ВР$	117,32	286,89
Прибуток до оподаткування, грн.	$П = (Цр - Цз) * К - ПДВ - ВО$	106,93	231,13
Чистий прибуток, грн.	$ЧП = П * 0,75$	80,19	173,34
Рентабельність витрат обігу, %.	$РентВО = ЧП * 100/ВО$	68,35	60,42
Рентабельність обороту із закупівлі, %.	$Робз = ЧП * 100/(Цз * К)$	3,66	3,31
Рентабельність товарообороту, %.	$Рто = ЧП * 100/(Цр * К)$	3,3	3

Джерело: розраховано автором на основі даних ТОВ «Рітейл Тренд» (додаток Г)

Проаналізувавши та розрахувавши дані з таблиці 2.4 можна зробити висновок, що підприємству з точки зору ефективності витрат слід віддати перевагу постачальнику ПАТ «Українська Фруктово-Овочева Компанія», оскільки $68,35\% > 60,42\%$. Максимізацію прибутковості обороту із закупівлі забезпечить постачальник ПАТ «Українська Фруктово-Овочева Компанія»,

оскільки $3,66\% > 3,31\%$. Максимальну прибутковість товарообороту підприємство матиме при закупівлі товарів у постачальника ПАТ «Українська Фруктово-Овочева Компанія», оскільки $3,3\% > 3$.

Таблиця 2.5

**Оцінювання ефективності комерційних угод щодо закупівлі товарів
за критерієм досягнення цільової прибутковості товарообороту
на підприємстві ТОВ «Рітейл Тренд»**

Критерії	Формула	Розв'язок	
		ПАТ «Українська Фруктово- Овочева Компанія»	ТОВ "Фрутреал"
Ціна закупівлі, у т.ч. ПДВ, грн.	$ПК = \frac{Цз * 20}{120} = \frac{Цз}{6}$	3,27	3,53
Ціна реалізації, у т.ч. ПДВ, грн.	$ПЗ = \frac{Цр * 20}{120} = \frac{Цр}{6}$	4,41	4,78
Витрати пов'язані з реалізацією товарів, грн.	$Вр = МВ + ВОП + ВСЗ$	28,4	132,6
Сума матеріальних витрат, грн.	$МВ = Цр * К * \frac{Рмв}{100}$	17,3	43,80
Витрати на оплату праці, грн.	$ВОП = Цр * К * \frac{Рвоп}{100}$	9,1	72,80
Сума обов'язкових соціальних платежів, що відносяться на витрати обігу, грн.	$ВСЗ = ВОП * 0,22$	2	16
ПДВ, що підлягає сплаті до бюджету, грн.	$ПДВ = (ПЗ - ПК) * К$	61,56	126,25
Витрати обігу, грн.	$ВО = ТВ + Вр$	43,4	177,6
Прибуток до оподаткування, грн.	$Пдо оп = (Цр - Цз) * К - ПДВ - ВО$	264,94	457,69
Чистий прибуток можливий, грн.	$ЧПможл = Пдо оп * 0,75$	198,70	343,26
Рентабельність товарообороту, %.	$Рто = \frac{ЧПможл}{Цр * К} * 100$	13,88	11,83
Чистий прибуток цільовий, грн.	$ЧПціл = \frac{Птоціл}{100} * Цр * К$	439,31	890,52
Оборот із закупівлі цільовий з ПДВ, грн.	$Обзціл = \left(Цр * К * \frac{5}{6} - \left(\frac{Чпціл}{0,75} + ВО + Втр \right) \right) * 1,2$	658,02	1208,76
Ціна закупівлі товару цільова, грн.	$Цз ціл = \frac{Обзціл}{К}$	12,18	11,96
Знижка до запропонованої ціни закупівлі, що дозволяє досягти цільову прибутковість, %.	$Знижка ціл = 100 - \frac{Цз ціл}{Цз} * 100$	54,03	58,35

Джерело: розраховано автором на основі даних ТОВ «Рітейл Тренд»

(додаток Г)

За результатами розв'язку даних з таблиці 2.5, можна зробити висновок, що підприємство отримає більшу знижку від постачальника ТОВ "Фрутреал", оскільки $54,03 < 58,35$, тому така знижка є підставою для позитивно прийнятого рішення щодо закупівлі товару у даного постачальника.

Таким чином, організацію господарських зв'язків з постачальниками товарів та їх практичний вибір більш детально розглянуто на прикладі товариства з обмеженою відповідальністю «Рітейл Тренд», головним завданням, якого є господарська діяльність, спрямована на отримання прибутку для задоволення соціальних та економічних інтересів персоналу та інтересів власників майна підприємства.

Постачальники – різні суб'єкти господарювання, що забезпечують ТОВ «Рітейл Тренд» необхідними йому матеріально-технічними, трудовими та інформаційними ресурсами. Кожне виробниче підприємство має ретельно стежити за динамікою цін на об'єкти постачання, регулярністю постачань ресурсів, необхідних для виконання виробничої програми. В іншому разі можуть швидко з'явитися проблеми з виробництвом та збутом виготовленої продукції, а в перспективі – виникає загроза втрати набутого роками іміджу підприємства і прихильності до нього постійних партнерів та клієнтів. Коли складається заявка на завезення товарів складного асортименту, то кількість виробів замовляється з урахуванням у продажу їх питомої ваги, виявленого за даними вивчення попиту (додаток Б).

Тому, ТОВ «Рітейл Тренд» дуже прискіпливо ставиться до вибору постачальників (особливо якщо є альтернативи), але прагнуть при цьому підтримувати довготривалі стосунки із тими з них, які працюють з урахуванням спільних інтересів, тому на ТОВ «Рітейл Тренд» проводиться робота з вивчення і підтримки господарських зв'язків з постачальниками. Після проведеного аналізу та розрахунків найкращими постачальниками за різними критеріями виявились ПАТ «Українська Фруктово-Овочева Компанія» та ТОВ «Фрутреал».

2.2. Форми та методи організації завезення товарів у торговельну мережу

Товаропостачання роздрібною торговельною мережі може здійснюватися з різних джерел: виробничих підприємств, оптових баз, комерційних посередників, приватних підприємців та ін. Так як, місцевий товарний ринок не може забезпечити підприємства усіма необхідними для їх роботи товарами, то основна частина поставок товарів, для забезпечення господарської діяльності ТОВ «Рітейл Тренд», припадає на іногородніх постачальників. ТОВ «Рітейл Тренд» закуповує майже всі основні гастрономічні продукти харчування безпосередньо у іногородніх постачальників - виробників (крім хлібобулочних виробів), а основну частину бакалійних товарів в оптових фірм і приватних підприємців, так само в основному іногородніх. Велике значення має перевірка дотримання договорів поставки товарів окремими постачальниками (додаток Д).

Згідно з даними (додаток Д) у ТОВ «Рітейл Тренд» є наступні дані про надходження товарів. План надходження виконаний за всіма товарними групами, крім груп «Преса», «Цукерки в коробках» і «Кава у зернах», тому підприємству ТОВ «Рітейл Тренд» потрібно звернути увагу на заходи щодо покращення постачань в даних товарних групах.

У цілому перевиконання склало в порівнянні з планом на 1260903,8 гривень або на 7,8%. У порівнянні з минулим роком відповідно на 2662292,0 гривень або на 18%. Особливо високі темпи росту досягнуто по надходженню товарної групи "Кондитерські штучні товари" – 125,9% та інші бакалійні та супутні товари (це товари тривалого зберігання, такі як цукор, крупа, сухофрукти, макаронні вироби, сигарети), що призвело до збільшення їх залишків.

Для оцінки рівномірності надходження товарів в натуральному вираженні у ТОВ «Рітейл Тренд» складають спеціальні аналітичні таблиці (табл. 2.6), за даними яких можна визначити коефіцієнт варіації та рівномірність надходження товарів на торговельне підприємство. Для визначення даних

оцінок, взято найбільш оборотні групи товарів, а саме кондитерські вироби, хліб і хлібобулочні вироби, борошно та крупи.

Таблиця 2.6

**Оцінка рівномірності надходження товарів на торговельне підприємство
ТОВ «Рітейл Тренд»**

Товарні групи	Надходження товарів, тис. грн.					
	Планове за 2018 рік			Фактичне за 2018 рік		
	І кв.	ІІ кв.	ІІІ кв.	І кв.	ІІ кв.	ІІІ кв.
Кондитерські вироби	169	165	174	166	167	173
Хліб і хлібобулочні вироби	221	240	237	250	262	238
Борошно та крупи	101	103	108	106	102	108

Джерело: створено автором на основі даних з відділу логістики ТОВ «Рітейл Тренд»

Розв'язок таблиці 2.6

1. Розрахунок середньоквадратичного відхилення (σ):

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum(x-\bar{x})^2}{n}}, \quad (2.1)$$

де x – фактично поставлено товарів;

\bar{x} – план поставки товарів;

n – кількість періодів.

Для кондитерських виробів:

$$\sigma = \sqrt{\frac{(166-169)^2 + (167-165)^2 + (173-174)^2}{3}} = 2,16 \text{ тис. грн.}$$

Для хліба та хлібобулочних виробів:

$$\sigma = \sqrt{\frac{(250-221)^2 + (262-240)^2 + (238-237)^2}{3}} = 21,02 \text{ тис. грн.}$$

Для борошна та крупи:

$$\sigma = \sqrt{\frac{(106-101)^2 + (102-103)^2 + (108-108)^2}{3}} = 2,94 \text{ тис. грн.}$$

2. Розрахунок коефіцієнта варіації (Квар):

$$\text{Квар} = \frac{\sigma}{\bar{x}} * 100, \quad (2.2)$$

де σ – середньоквадратичне відхилення;

\bar{x} – план поставки товарів.

Для кондитерських виробів:

$$\text{Квар} = \frac{2,16}{(169+165+174)/3} * 100 = 1,27\%$$

Для хліба та хлібобулочних виробів:

$$\text{Квар} = \frac{21,02}{(221+240+237)/3} * 100 = 9,03\%$$

Для борошна та крупи:

$$\text{Квар} = \frac{2,94}{(101+103+108)/3} * 100 = 2,82\%$$



Рис. 2.1. Діаграма розрахунку коефіцієнта варіації

Джерело: розраховано автором на основі даних табл. 2.6

3. Розрахунок коефіцієнта рівномірності (Кр):

$$\text{Кр} = 100 - \text{Квар}. \quad (2.3)$$

Для кондитерських виробів:

$$\text{Кр} = 100 - 1,27 = 98,73\%$$

Для хліба та хлібобулочних виробів:

$$\text{Кр} = 100 - 9,03 = 90,97\%$$

Для борошна та крупи:

$$\text{Кр} = 100 - 2,82 = 97,18\%$$



Рис. 2.2. Діаграма розрахунку коефіцієнта рівномірності

Джерело: розраховано автором на основі даних табл. 2.6

Висновки щодо рівномірності надходження товарів на торговельне підприємство. Для кондитерських виробів – оскільки $K_p > 75\%$, товари надходять на підприємство рівномірно. Для хліба і хлібобулочних виробів – оскільки $K_p > 75\%$, товари надходять на підприємство рівномірно. Для борошна та крупи – оскільки $K_p > 75\%$, товари надходять на підприємство рівномірно.

У зв'язку з великою кількістю можливих варіантів транспортування кожного виду матеріальних ресурсів вибір найбільш доцільних схем руху повинен базуватися на врахуванні експлуатаційних видатків і питомих капітальних вкладень, що складаються з витрат на тару і упаковку, контейнери і піддони, склади і контейнерні майданчики, вантажно-розвантажувальні роботи, перевезення різноманітними видами транспорту, втрати продукції при транспортуванні і перевантаженнях.

Для техніко-економічного обґрунтування вибору форми постачання підприємство ТОВ «Рітейл Тренд» використовують формулу, де максимальна кількість матеріалу має бути менше або дорівнює наступному значенню:

$$P_{max} < \frac{K (P_{тр} - P_{скл})}{C_{скл} - C_{тр}}, \quad (2.4)$$

де P_{max} – максимальна кількість матеріалу, яку економічно доцільно отримати від складських організацій;

К – коефіцієнт використання виробничих фондів і утримання виробничих запасів, у %;

Птр і Пскл – середня величина партії постачання, відповідно, при транзитній і складській формах постачання;

Стр і Сскл – величина витрат по доставці і зберіганню матеріалів, відповідно, при транзитній і складській формах постачання, у % до ціни.

$$20000 < \frac{96,9 (250,4 - 126,1)}{2,9 - 2,3}$$

Отже, товаропостачання – це комплекс операцій із закупівлі товарів у різних товаровиробників, оптових посередників та завезення товарів до місць продажу кінцевим споживачам. Процес постачання товарів включає комплекс комерційних, організаційних, технологічних операцій, що сприяють доведенню товарів від виробника до кінцевого споживача.

Форми і методи товаропостачання – форми просторового існування роздрібної торгівлі та методи її забезпечення. Такими формами є транзитна (передбачає завезення товарів в роздрібну торговельну мережу, минаючи склади гуртових баз) і складська (постачання товарів у магазини зі складів гуртових баз). Основними методами товаропостачання є централізований (здійснюється самими постачальниками або транспортними підприємствами на замовлення магазинів) і децентралізований (постачання товарами роздрібних торговельних підприємств здійснюється самостійно, включаючи пошук транспорту). Незалежно від вибраної системи управління запасами в підгрунття створення ефективної системи товаропостачання роздрібної торговельної мережі має бути закладений принцип безперервного відновлення і регулювання товарних запасів у магазинах.

Таким чином, при розробці раціональних технологічних схем завозу враховуються всі види витрат в транспортному ланцюзі. Тільки такий підхід до рішення задачі дозволяє порівняти різноманітні варіанти завозу, вибрати оптимальні схеми і визначити найбільш економічні ланки надходження матеріальних ресурсів на виробництво та постачання.

РОЗДІЛ 3

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ТОВАРОПОСТАЧАННЯ ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД»

3.1. Оптимізація структури каналів поставки товарів на підприємство

Вибір каналів поставки є одним із найскладніших і найвідповідальніших рішень підприємства ТОВ «Рітейл Тренд». Підприємство, зазвичай, вибирає ті канали, в яких вони мають можливість контролювати роботу учасників, впливати на розроблення стратегії просування і представлення товару покупцям. Ступінь контролю визначається відносною владою постачальника над каналом і можливістю застосовувати до посередника санкції внаслідок незадовільної роботи.

Вибір каналів розподілу – це ухвалення фірмою-виробником управлінського рішення щодо надання переваги каналам постачання і товароруку (їх форми, структури) з ряду альтернативних, що сприяють одержанню максимального прибутку і забезпечують високий рівень обслуговування. Вибір каналу поставки пов'язаний з вибором постачальників матеріалів, які найбільше задовольняють вимоги замовників – підприємств [13, с.191].

Отже, вибір товаровиробника містить два елементи: вибір каналу поставки та вибір каналу розподілу, які взаємодіють між собою та існують для досягнення економічної вигоди для підприємства.

Для ухвалення рішення про вибір постачальника слід керуватися такими правилами:

- не можна обмежуватися одним джерелом інформації;
- як мінімум одне з джерел, що використовується, повинно бути незалежним, тобто незацікавленим у можливих наслідках використання наданої інформації.

Вибір каналу поставки перш за все залежить від планованих показників продажу і прибутку компанії, ресурсів, наявних в її розпорядженні, і стратегії позиціонування, зокрема питання про інтенсивність географічного охоплення.

Під час вибору каналу поставки на перше місце висувається рішення про його структуру і форму. Після виявлення можливих варіантів каналу постачання та визначення оптимальної і найкращої системи товароруку необхідно обрати метод товароруку продукції.

Вибір форми каналу постачання передбачає ухвалення рішення про вибір каналу з участю або без участі посередників; вибір структури маркетингового каналу передбачає вибір довжини і ширини каналів, типів посередників, що належать до нього.

Для вибору найкращого варіанта системи руху товарів (традиційної, вертикальної, горизонтальної, комбінованої) та контролю ефективності служби, що відповідає за постачання товару, використовують формулу:

$$P = T + F + W + S, \quad (3.1)$$

де P – загальні витрати, пов'язані з рухом товару, грн.;

T – транспортні витрати, грн.;

F – постійні витрати, грн.;

W – змінні складські витрати (враховуючи обсяг товарних запасів), грн.;

S – загальна вартість запасів, не виконаних у гарантовані строки, грн.

Глобальну оптимізацію ланцюга поставок можна визначити, як інтеграцію ключових бізнес-процесів і координацію дій учасників ланцюга в інтересах підвищення якості логістичного обслуговування і скорочення логістичних витрат на основі узгодження видів діяльності, що додають цінність для кінцевого споживача.

Для вирішення даного питання потрібно:

- 1) скоротити всі види втрат і діяльності, не додає цінності, таких як вантажопереробка, зберігання;

- 2) поліпшити обслуговування споживачів, наприклад скорочення часу виконання замовлення;
- 3) поліпшити комунікацій в ланцюзі постачань, особливо пов'язаних з прогнозуванням діяльності бізнес-партнерів і інтегрованим плануванням;
- 4) скоротити час на розробку нової продукції;
- 5) розробити більш повну координацію зусиль зі стикування один з одним всіх ланок в ланцюзі постачань.

Найбільшою проблемою ТОВ «Рітейл Тренд» в структурі поставки товарів є значуща віддаленість між торговим підприємством та оптовими виробниками, а також посередниками. Територіальна зручність, що досягається шляхом децентралізації точок оптової та роздрібної торгівлі, підвищує задоволеність клієнтів, оскільки скорочує потреби у транспортуванні і витрати на пошук потрібного товару.

Для більш наглядного прикладу, проаналізуємо обсяг та структуру логістичних витрат ТОВ «Рітейл Тренд» за 2017-2018 рр. (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

**Динаміка та структура логістичних витрат ТОВ «Рітейл Тренд»
за 2017-2018 рр., тис.грн.**

Статті логістичних витрат	2017 рік		2018 рік	
	тис.грн	%	тис.грн	%
1	2	3	4	5
Витрати на закупівлю	95969,3	35,5	100205,9	30,3
Виробничі логістичні витрати	12800,2	4,7	15972,7	4,8
Витрати на збут	46879,8	17,4	92087,7	27,8
Складські витрати	23119,5	8,6	24083,4	7,3
Витрати на транспортування	46233,6	17,1	48219,6	14,6
Витрати на управління матеріальними потоками	19030,9	7,0	21611,6	6,5
Витрати на логістичне адміністрування	17841,4	6,6	20448,9	6,2
Витрати на сервіс	8160,3	3,0	8325	2,5
Всього логістичних витрат	270035	100	330955	100

Джерело: розраховано автором на основі даних фінансової звітності ТОВ «Рітейл Тренд» та даних відділів логістики підприємства

Згідно з наведеними даними можна зробити висновок, що з кожним роком логістичні витрати ТОВ «Рітейл Тренд» мають тенденцію до зростання.

В 2017 році логістичні витрати ТОВ «Рітейл Тренд» становили 270035 тис.грн., в 2018 році вони становили 330955 тис.грн, що на 22,6% більше за показник 2017 року. У загальній структурі логістичних витрат ТОВ «Рітейл Тренд» переважну більшість становлять витрати на закупівлю (30,3% у 2018 році), витрати на транспортування (14,6% у 2018 році), витрати на збут (27,8% у 2018 році).

Для вирішення цієї проблеми слід шукати виробників-постачальників, які знаходяться територіально ближче, що дасть змогу скоротити витрати на транспортування, логістичні витрати, управління матеріальними потоками та сервіс (рис. 3.1).

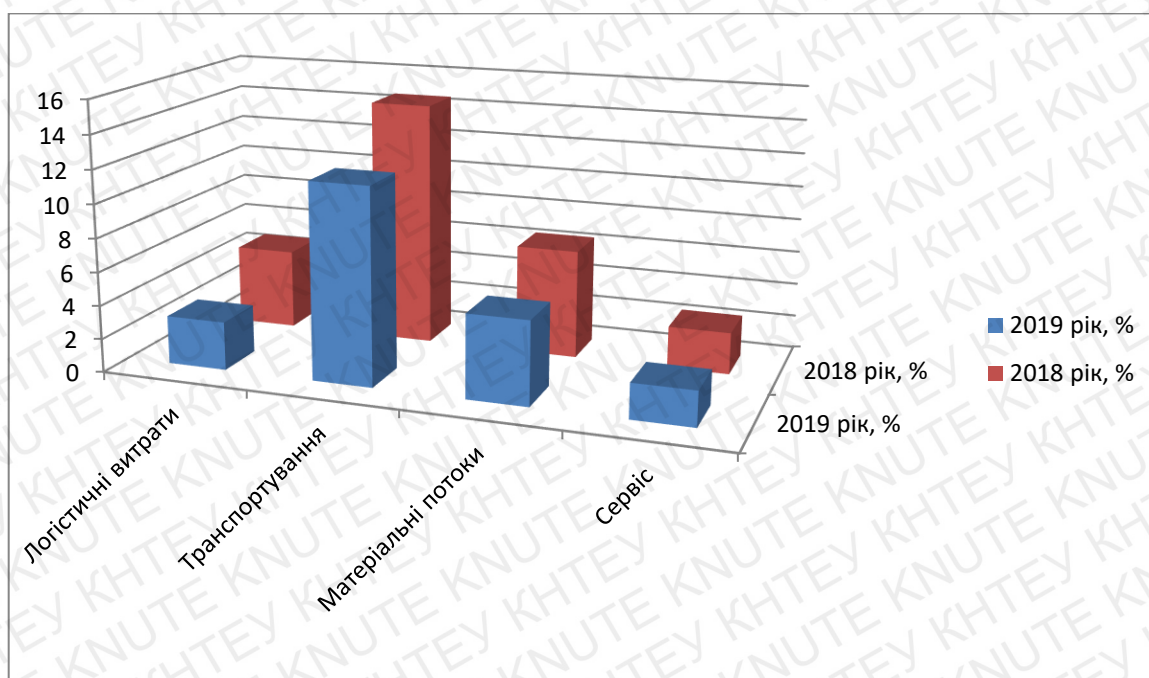


Рис. 3.1. Діаграма показників для зниження витрат поставки
ТОВ «Рітейл Тренд»

Джерело: розраховано автором на основі даних табл.3.1

Рекомендації щодо вибору структури каналів поставки:

1. Використання послуг роздрібного торговця виправдане, якщо:

- здійснюється вихід на погано вивчений ринок;
- підприємство недостатньо потужне у фінансовому плані;
- післяпродажний сервіс товару незначний за обсягом та складністю;
- товар можна відвантажувати покупцеві без передпродажного сервісу;

- ринок товару «вертикальний», тобто товар використовується хоч і в декількох галузях, проте небагатьма споживачами у кожній;
- кількість сегментів невелика.

2. Використання послуг оптового торговця виправдане, якщо:

- ринок «горизонтальний», що потребує створення потужної дистрибуційної мережі, а коштів для її організації не вистачає;
- необхідне термінове постачання невеликих партій товару (численні склади великого оптовика впораються з цією роботою швидше та краще);
- різниця між ціною продажу та собівартістю неістотна, тобто організація власної дистрибуційної мережі не виправдана;
- можна зекономити значні кошти на транспортних витратах, постачаючи великі партії товару невеликій кількості оптовиків.

В умовах ринкової економіки швидка зміна ситуації на ринку і гостра конкуренція вимагає від керівництва ТОВ «Рітейл Тренд» постійного контролю за діяльністю підприємства та всіх процесів, що відбуваються. Ефективність процесу управління знаходиться в прямій залежності від рівня обізнаності керівника про реальний стан справ, що, в свою чергу, дає можливість приймати зважені стратегічні й оперативні управлінські рішення. Сучасний стан підприємств й умови формування стратегії їх розвитку характеризуються докорінними змінами в системі управління. Важливою проблемою управління є його стратегічна спрямованість.

У зв'язку з цим важливу роль має зіграти застосування передових концепцій технологій логістики і управління ланцюгами поставок (УЛП). Практика показує, що найвищих результатів у бізнесі досягають ті підприємства, які використовують концепцію інтеграції в логістиці, що дозволяє об'єднати зусилля управлінського персоналу підприємства і логістичних посередників в управлінні товарними та інформаційними потоками.

Тому постає питання про впровадження в дію адаптивної системи контролінгу з орієнтацією на управління логістикою, яка значно підвищить

ефективність оптимізації управління каналами ТОВ «Рітейл Тренд» і забезпечить захист інтересів постачальників та керівництва підприємства.

Контролінг (контролінг, англ. Controlling) – між функціональний напрям управлінської діяльності, який завдяки цілеспрямованим збору, обробці та альтернативному інтерпретуванню отриманої інформації допомагає у процесі прийняття управлінських рішень, головною метою котрих є досягнення оптимальної узгодженості рівня розвитку та прибутковості підприємства [10, с. 432].

Можна сказати, що контролінг забезпечує інформаційно-аналітичну підтримку процесів розробки, прийняття та реалізації управлінських рішень для будь-якого суб'єкта господарювання (підприємства, корпорації, органу державної влади). Основне завдання якого полягає у визначенні для суб'єкта господарювання напряму докладання зусиль персоналом, який гарантуватиме існування його в перспективі. Концепція контролінгу націлює керівництво на формування і досягнення довготермінових цілей, з яких випливають і формуються тактичні, які скоординовано спрямовують роботу всіх співробітників підприємства (рис. 3.2).

Для відкриття нової додаткової служби – відділу логістичного контролінгу ТОВ «Рітейл Тренд» потрібно забезпечити працівників нового відділу необхідним обладнанням, як зазначено в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Витрати (обладнання) на відкриття відділу логістичного контролінгу на ТОВ «Рітейл Тренд»

Найменування обладнання	Строк служби (в місяцях)	Амортизаційні відрахування (за квартал), %	Вартість, тис.грн.
Комп'ютер Prime PC Business J18HD (4 од.)	36	15	44,0
Принтер Samsung JM3408 (1 од.)	36	15	5,1
Радіотелефон Phillips Si 5620 (1 од.)	36	15	1,3
Меблі (стілці – 4 шт., письмові столи – 4 шт., шафи – 2 шт.)	60	10	19,6
Всього:			70,0

Джерело: складено автором

Як видно з таблиці 3.2 інвестиційні витрати (обладнання) на відкриття відділу логістичного контролінгу ТОВ «Рітейл Тренд» становлять 70,0 тис.грн.

Загальні витрати на організацію роботи відділу логістичного контролінгу ТОВ «Рітейл Тренд» зазначено в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

**Необхідні витрати на відкриття відділу логістичного контролінгу
ТОВ «Рітейл Тренд»**

Заходи	Бюджет, грн.
1. Покупка і установка устаткування, комунікацій	70000
2. Пошук і підготовка персоналу	13600
Всього витрати на відкриття відділу	83600
1. Витрати на заробітну плату персоналу(4 чол.), 1 міс. = $1*9000 + 3*10200 = 39600$ грн. На рік $39600*12$	475200
2. Нарахування на заробітну плату ЄСВ (22%): 1 міс. = 8712,0 грн. На рік $8712*12$	104544
Всього витрати на забезпечення поточної діяльності	579744
Витрати разом	663344

Джерело: складено автором

Необхідні витрати на відкриття відділу логістичного контролінгу ТОВ «Рітейл Тренд» складають 663,45 тис. грн.

Проаналізуємо економічну ефективність від реалізації проекту впровадження відділу логістичного контролінгу ТОВ «Рітейл Тренд». Аналіз сценаріїв розвитку проекту дозволяє оцінити вплив на проект можливої одночасної зміни декількох змінних через ймовірність кожного сценарію. Прогноз для спрощення представлено обмеженою кількістю сценаріїв до двох: реалістичний, песимістичний.

Досвід використання контролінгу вказує на те, що впровадження його механізму сприяє зростанню основних економічних та соціальних показників результативності, оптимізації прибутку (контролінг в певному аспекті є системою управління прибутком підприємства), підвищенню інноваційної активності.

З основних позитивних результатів функціонування логістичного контролінгового механізму слід відзначити такі:

- зростання обсягів реалізації продукції від 0,2 до 0,8 %;
- збільшення прибутку від 1,0 до 1,2 %;
- зростання рентабельності від 0,8 до 1,1 %;
- підвищення продуктивності праці до 2,0 %;
- оптимізація дебіторської та кредиторської заборгованості;
- зростання платежів до державного бюджету відповідно до зростання обсягів діяльності та ін.

Візьмемо за реалістичні прогноз зростання чистого доходу від реалізації послуг ТОВ «Рітейл Тренд» – 0,8%, за песимістичний прогноз – 0,2% (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Розрахунок річного ефекту від відкриття відділу логістичного контролінгу ТОВ «Рітейл Тренд»

Показник	Ефект від відкриття відділу логістичного контролінгу ТОВ «Рітейл Тренд»	
	Реалістичний прогноз	Песимістичний прогноз
% від абсолютного значення чистого доходу від реалізації	0,8	0,2
Всього, тис. грн.	$(1171732 * 0,008) = 9373,86$	$(31395478 * 0,002) = 2343,46$

Джерело: складено автором

Як видно з таблиці 3.4, загальногосподарським ефектом від відкриття відділу логістичного контролінгу ТОВ «Рітейл Тренд» є збільшення прогнозного чистого доходу від реалізації продукції за реалістичним сценарієм розвитку на 0,8%, або 9373,86 тис. грн., за песимістичним сценарієм – на 0,2%, чи 2343,46 тис. грн.

Наступним кроком є складання звітів про результати роботи підприємства за періоди часу (доба, неділя, місяць, рік), дані яких порівнюються з цільовими запланованими результатами.

Такий аналіз дає можливість розробити прогноз зміни потенціалу підприємства та його зовнішнього середовища, що є основою для розборки

нового управлінського рішення, більш адекватного даним обставинам, або створення рекомендацій по корегуванню раніше прийнятого рішення.



Рис. 3.2. Механізм здійснення контролінгу на ТОВ «Рітейл Тренд» з орієнтацією на управління логістичними процесами

Джерело: складено автором

На основі такого співставлення робляться висновки, після яких контролером проводиться аналіз відхилень, можливих загроз зовнішнього середовища, знаходяться сильні та слабкі сторони підприємства.

Як засвідчує практика, діяльності вітчизняних торговельних підприємств, усі аспекти логістичних операцій мають бути безпосередньо пов'язані із стратегічним планом підприємства. Це перша і найголовніша умова досягнення поставлених цілей і, зокрема, отримання бажаних прибутків від застосування оптимізації каналів поставки. Керівники, що застосовують логістику на своїх підприємствах, вже по-іншому підходять до вдосконалення управління рухом матеріальних потоків і усієї діяльності підприємства.

З кожним роком логістичні витрати ТОВ «Рітейл Тренд» мають тенденцію до зростання. В 2017 році логістичні витрати ТОВ «Рітейл Тренд» становили 270035 тис.грн., в 2018 році вони становили 330955 тис.грн, що на 22,6% більше за показник 2017 року. У загальній структурі логістичних витрат ТОВ «Рітейл Тренд» переважну більшість становлять витрати на закупівлю (29,5% у 2018 році), витрати на транспортування (22,4% у 2018 році), витрати на збут (19,1% у 2018 році).

Проведений аналіз ефективності системи управління логістичними процесами на ТОВ «Рітейл Тренд» дозволив встановити, що підприємство має достатньо ефективну систему управління логістичними процесами, та є ряд недоліків, що потребують виправлення у майбутньому для забезпечення ефективної діяльності досліджуваного підприємства в цілому, та підвищення рівня його конкурентоспроможності на ринку роздрібної торгівлі України.

Тож ми пропонуємо, для подолання ряду негативних тенденцій в процесі управління поставками на ТОВ «Рітейл Тренд», нами пропонується впровадження на підприємстві системи логістичного контролінгу, яка надасть можливість:

- координувати управлінську діяльність з досягнення цілей підприємства ТОВ «Рітейл Тренд»;
- надавати інформаційну і консультаційну підтримку прийняття управлінських рішень щодо логістичних процесів на ТОВ «Рітейл Тренд»;
- створювати і забезпечувати функціонування загальної інформаційної системи управління ТОВ «Рітейл Тренд»;
- забезпечувати раціональність управлінського процесу;
- забезпечувати ефективне управління каналами поставок на підприємстві.

3.2. Підвищення ефективності механізму товаропостачання у торговельну мережу

Однією з основних комерційних функцій ТОВ «Рітейл Тренд» є закупівля товарів для їх подальшої реалізації. Правильно організована постачальницька та закупівельна робота не тільки сприяє задоволенню споживчого попиту, але і дозволяє зменшити імовірність комерційного ризику, пов'язаного з відсутністю збуту товарів.

Проведемо аналіз логістичних ризиків ТОВ «Рітейл Тренд». В кожному функціональному циклі в логістиці ТОВ «Рітейл Тренд» можна виділити свої ризики, перелік та джерела виникнення яких наведено в табл. 3.5.

Таблиця 3.5

Класифікація логістичних ризиків ТОВ «Рітейл Тренд»

Функціональний цикл	Ризики	Джерела
Логістика закупівель	<ul style="list-style-type: none"> - ризик затримки постачання; - ризик псування продукції, сировини або матеріалів; - ризик подорожчання продукції, сировини або матеріалів; - ризик подорожчання транспортування. 	<ul style="list-style-type: none"> - затримка спричинена постачальником або перевізником; - псування спричинено постачальником або перевізником; - викликано курсовими коливаннями, або подорожчанням продукції, складових сировини та матеріалів.
Внутрішньوماгазинна логістика ТОВ «Рітейл Тренд»	<ul style="list-style-type: none"> - ризик недостатньої кількості продукції для здійснення торговельного процесу - ризик недостатньої кількості запасів для здійснення виробничого процесу - ризик подорожчання зберігання запасів. 	<ul style="list-style-type: none"> - похибки у визначенні необхідних продукції та запасів - підняття цін на енергоресурси або оренду складських приміщень.
Логістика продажів ТОВ «Рітейл Тренд»	<ul style="list-style-type: none"> - ризик невчасної поставки готової продукції споживачу в процесі перевезення або зберігання; - ризик поставки, яка не задовольняє за кількістю потреби ринку (виникнення дефіциту), або поставки, яка перевищує попит ринку. 	<ul style="list-style-type: none"> - невчасна доставка перевізником або невчасне відвантаження підприємством; - недотримання норм зберігання готової продукції на складах або в процесі перевезення; - невірна оцінка потреб ринку.

Джерело: складено за даними відділу логістики ТОВ «Рітейл Тренд»

Для вирішення цих завдань робота з поставок та закупівель товарів у ТОВ «Рітейл Тренд» повинна включати в себе наступні операції:

- вивчення і прогнозування купівельного попиту;
- визначення потреби в товарах;
- виявлення джерел надходження товарів та вибір постачальників;
- встановлення господарських зв'язків з постачальниками;
- контроль над виконанням договорів.

Рівномірність поставки товарів від постачальників-виробників, оптових організацій (фірм), має величезне значення в роздрібній торгівлі. Своєчасна і рівномірна поставка товарів магазинам, забезпечує успішне виконання плану роздрібно-товарообігу, високі темпи його зростання в динаміці і якісне обслуговування покупців. Оцінка виконання плану і динаміки надходження товарів повинна здійснюватися за кожний місяць і наростаючим підсумком з початку кварталу і року.

Для оцінки надходження товарів в натуральному вираженні складають спеціальні аналітичні таблиці, за даними яких можна вивчити ступінь задоволення попиту покупців на окремі товари. ТОВ «Рітейл Тренд» має наступні дані про надходження товарів (табл. 3.6).

Таблиця 3.6

**Оцінки надходження товарів в натуральному вираженні
на ТОВ «Рітейл Тренд»**

Товарні групи	Фактично за 2017 рік, шт.	План за 2018 рік, шт.	Фактично за 2018 рік, шт.	Відхилення від плану 2018 рік, шт.	Коефіцієнт поставки 2018 рік, %
Хліб і булочні вироби	574558	590000	594582	+4582	100,7
Молоко і молокопродукти	391742	400000	419569	+19569	104,9
М'ясо та м'ясопродукти	471295	480000	494542	+14542	103,0
Риба і рибопродукти	69895	75000	75834	+834	101,1
Яйце і яйцепродукти	63985	70000	26589	-43411	37,9
Кондитерські вироби	225693	235000	240567	+5567	102,4
Алкогільні напої	949852	960000	977563	+17563	101,8

Продовження табл.3.6

Птиця та м'ясопродукти	274562	280000	301500	+21500	107,7
Сири	56947	60000	66728	+6728	111,2
Маргарінова продукція та жири	71522	75000	96555	+21555	128,7
Інші бакалійні та супутні товари	229703	275000	352190	+77190	128,1
Усього:	3379754	3500000	3645919	+145919	104,2

Джерело: складено за даними фінансової звітності ТОВ «Рітейл Тренд»

План надходження виконаний по всіх товарних групах, окрім групи "Яйця і яйцепродукти". У цілому перевиконання на 2018 рік склало в порівнянні з планом на 145919 товарних одиниць або на 4,2%. У порівнянні з минулим 2017 роком відповідно на 266165 товарних одиниць або на 7,9%. Особливо високі темпи росту досягнуто по надходженню товарної групи "Маргарінова продукція та жири" – 128,7% та інші бакалійні та супутні товари – 128,1% (це товари тривалого зберігання, такі як цукор, крупа, сухофрукти, макаронні вироби, цигарки та ін.), що призвело до збільшення їх залишків.

У порівнянні з минулим 2017 роком у звітному 2018 році у ТОВ «Рітейл Тренд» покращилась ритмічність поставки продовольчих товарів від постачальників-посередників і приватних підприємців, збільшилася перевірка якості товарів, що надійшли. Велике значення має перевірка дотримання договорів поставки товарів окремими постачальниками. Порушень у виконанні договорів поставки з вини постачальників (несвоєчасне укладання договорів, порушення договірних зобов'язань за обсягом, асортиментом, якістю товарів, порушення графіків завезення товарів та інших умов поставки) за звітний 2018 рік не спостерігалось.

Основними напрямками щодо поліпшення товаропостачання (рис. 3.3), а значить, підвищення рівня реалізації товарів і доходів від торгової діяльності досліджуваного підприємства повинно бути наступне:

- збільшення обсягу прямих закупівель безпосередньо у підприємств-виробників товарів. Постійні і тривалі зв'язки з постачальниками, дають можливість ТОВ «Рітейл Тренд» мати завжди в продажу свіжу продук-

цію, а також дає можливість підтримувати протягом дня повний асортимент, тому що забезпечена оперативність поставки;

- приведення рівня торговельного обслуговування у відповідність до вимог покупців дасть змогу підвищити імідж торгової марки, що приверне до підприємства більше число клієнтів, що, у свою чергу, збільшить товарообіг, а, отже, і прибуток підприємства;
- розширення й оновлення асортименту товарів відповідно до запитів покупців, використання у поточній діяльності маркетингового інструментарію, здійснення рекламної та інформаційної діяльності підприємства в цілому дозволить розширити ринок збуту та збільшити прибуток;
- підприємству необхідний глибокий аналіз товаропостачання, закупівель, товарних запасів і оборотності, виявлення відповідності їх нормативам, виявлення та розрахунок факторів, що вплинули на їх зміну і за підсумками економічного аналізу розробка конкретних заходів щодо нормалізації товарних запасів і прискорення оборотності;
- у результаті аналізу необхідно чітко встановити, які фактори вплинули на формування та розвиток товаропостачання, чи забезпечують безперебійний продаж товарів наявні товарні запаси; чи відповідає фактичний асортимент товарних запасів купівельному попиту.



Рис. 3.3. Аналіз основних напрямків щодо поліпшення товаропостачання ТОВ «Рітейл Тренд» за 2017-2019 рр.

Джерело: складено автором

За аналітичними даними ТОВ «Рітейл Тренд» розрахунки щодо стану прямих закупівель – 1,9, іміджу торгових марок - 4, оновленням асортименту – 3,7, та аналізу товаропостачання – 5, за 10-ти бальною шкалою становили низький рівень, а саме 14,6 із 40 можливих балів. Для поліпшення товаропостачання потрібно підвищити рівень всіх показників. Прогнозовані дані за 2019 рік становитимуть 24,1.

Для досягнення підвищення ефективності механізму товаропостачання у торговельну мережу, ТОВ «Рітейл Тренд» потрібно забезпечити такими заходами, як:

- раціоналізація тари;
- уніфікація вантажних одиниць;
- реалізація ефективної системи складування;
- оптимізація рівня запасів і розмірів замовлень;
- маршрутизація перевезень вантажів та їхня оптимізація за допомогою ЕОМ (електронна обчислювальна машина);
- регламентування технологічних операцій з матеріальними ресурсами, продукцією і товарами на виробничих, складських об'єктах і магістральному транспорті;
- реалізація ефективної системи обслуговування споживачів тощо.

Удосконалення організації товаропостачання ТОВ «Рітейл Тренд» вимагає підвищення рівня управління цією системою, зокрема і насамперед – на підставі концепції логістики, тим більше, що операції, які виконуються під час товаропостачання, мають певний кількісний вимір, а це дає змогу широко застосовувати в управлінні та плануванні математичні методи з використанням комп'ютерної техніки та відповідного програмного забезпечення. Застосування логістичного підходу відкриває можливості для інтеграції окремих елементів товаропровідного ланцюга, його організаційної, техніко-технологічної, економічної та інформаційної підсистем в єдину систему управління інформаційними та грошовими потоками. Для цього, зокрема, необхідно організувати чітку систему інформаційного зв'язку між всіма суб'єктами

системи товаропостачання (постачальниками, складами, роздрібними торговельними підприємствами і транспортними підприємствами) на підставі принципів побудови логістичних інформаційних систем.

Раціональна кількість товарів, що замовляється має повністю забезпечити стійкість асортименту і безперерйну їх реалізацію до чергового завезення і разом з тим, виключати утворення зайвих запасів. При визначенні цієї кількості враховувати частоту завезення товарів і середньоденну їх реалізацію, незнижувані запаси і залишки товарів на день завою.

При проведенні закупівельної роботи ТОВ «Рітейл Тренд» має виходити з можливості максимального використання товарних ресурсів регіону, в якому вони здійснюють свою діяльність. Для цього комерційної службі необхідно володіти інформацією про місцевих промислових і сільськогосподарських підприємствах (постачальників-виробників) і вироблених ними товарах (асортименті, якості, упаковці, цінах).

При виборі постачальників-виготовлювачів важливу роль грає не тільки те, які товари вони виробляють і продають в даний час, але і їх можливості по удосконаленню, а також випуску нових товарів (табл. 3.7). Щоб закуповувати товари, які не виробляють місцеві підприємства, комерційним працівникам необхідно постійно аналізувати рекламні оголошення, в тому числі і постачальників-посередників, з пропозиціями оптового продажу товарів.

Таблиця 3.7

Оцінка постачальників ТОВ «Рітейл Тренд» за випуском товарів-новинок

Постачальник	2017 рік, шт.	2018 рік, шт.	1 півріччя 2019, шт.	Оцінка, %	Оцінка, бал
ТОВ "Фрутреал"	12	6	2	45,45	2
ПАТ «Українська Фруктово-Овочева Компанія»	30	11	3	100	5
ТОВ «Фрешстарт»	5	29	0	77,27	4
ТД «Верес»	9	3	0	27,27	1
ООО «Лексо»	1	23	1	56,81	3

Джерело: розраховано автором на основі даних фінансової звітності ТОВ «Рітейл Тренд»

Виходячи з даних таблиці 3.7, можна зробити висновок, що за останні роки ПАТ «Українська Фруктово-Овочева Компанія» (100%) виготовила найбільше товарів-новинок, на другому місці ТОВ «Фрешстарт» (77,27%), тож ТОВ «Рітейл Тренд» повинно звернути увагу на цих постачальників, тому що, якісні та цікаві товари-новинки привернуть увагу споживачів, що в свою чергу підвищить попит, товарооборот, а тим самим і товаропостачання, в результаті чого підприємство розширить свій товарний асортимент та збільшить дохід.

У ТОВ «Рітейл Тренд» використовують поєднання централізованого і транзитного завезення, що є зручним для оптимізації доставки товарів у потрібній кількості і в потрібний час. Частота і оптимальні розміри завезених партій визначають для того, щоб забезпечити безперервну торгівлю товарами відповідного асортименту при мінімальних розмірах товарних запасів. Збільшення частоти завезення товарів і кількості різновидів, що завозяться в середньому в одній партії, впливає на зменшення запасу поточного поповнення. І навпаки, їх зменшення призводить до відповідного зростання запасів поточного поповнення та його загальної величини.

Крім того, необхідно враховувати рівномірність завезення товарів за періодами року. Тому при річному плануванні потрібно передбачити заходи щодо забезпечення більш ритмічного завезення товарів відповідно до особливостей купівельного попиту населення в окремі періоди року. Надходження товарів протягом року має бути підпорядковане завданню найкращого задоволення потреб населення, оскільки це є основою збільшення товарообігу.

Таким чином, для раціональної організації товаропостачання в ТОВ «Рітейл Тренд», з особистих спостережень та об'єктивних індивідуальних висновків необхідно чітко дотримуватися порядку подання заявок та обґрунтування в них кількості і асортименту товарів. Відповідальність за своєчасне складання та подання заявки несе головний товарознавець, але на підприємстві ТОВ «Рітейл Тренд» робітник на даній посаді відсутній. Він має

здійснювати щоденний контроль за наявністю товарів на підприємстві і дотриманням обов'язкового асортиментного переліку.

Частоту і оптимальні розміри завезених партій товару визначають для того, щоб забезпечити безперебійну торгівлю товарами відповідного асортименту при мінімальних розмірах товарних запасів. При визначенні частоти завезення товарів враховують фізико-хімічні властивості товарів, граничні строки їх реалізації, середньоденний обсяг продажу, розміри встановлених незнижуваних товарних запасів і інші фактори.

Прийняття комерційних рішень по закупівлях і поставках товарів неможливо без вивчення і прогнозування купівельного попиту. Тому вивчення попиту вимагає комплексного підходу, що дозволяє отримати повну інформацію про необхідні споживачу товари і ціни, які вони готові за них заплатити. Така інформація не тільки сприяє вивченню попиту, але і допомагає виявляти тенденції його зміни і розвитку.

ВИСНОВКИ

Організація товаропостачання роздрібної торговельної мережі - важлива частина комерційної роботи. У дипломній роботі викладені основні напрямки та зміст товаропостачання ТОВ «Рітейл Тренд», проаналізовано ряд факторів та показників, які впливають на товаропостачання, а також висновки та пропозиції з особистих спостережень.

У ході проведення досліджень та аналізу було встановлено, що найбільш ефективно вигіднішим та надійний став постачальник ТОВ «Фрутреал», який отримав сумарну оцінку 7,15 з 10, а також за методом ABC – очолив групу А.

Згідно аналізу, щодо максимального отримання прибутку та мінімізації витрат на товаропостачання лідерство отримали ПАТ «Українська Фруктово-Овочева Компанія» та ТОВ «Фрутреал».

Неменш важливим критерієм в закупівлі товару та налагодження довготривалих комерційних зв'язків є знижка до запропонованої ціни закупівлі. З ретельно проведеного аналізу можна однозначно сказати, що ТОВ «Фрутреал» пропонує найбільшу знижку, максимальне значення якої може досягати 58,35%, порівняно з відсотком ПАТ «Українська Фруктово-Овочева Компанія» 54,03, ТОВ «Фрутреал» лідирує.

Згідно з даними щодо аналізу структури постачання у ТОВ «Рітейл Тренд» є наступні дані про надходження товарів. План надходження виконаний за всіма товарними групами, крім груп «Преса», «Цукерки в коробках» і «Кава у зернах», тому підприємству ТОВ «Рітейл Тренд» потрібно звернути увагу на заходи щодо покращення постачань в даних товарних групах.

У цілому перевиконання склало в порівнянні з планом на 1260903,8 гривень або на 7,8%. У порівнянні з минулим роком відповідно на 2662292,0 гривень або на 18%. Особливо високі темпи росту досягнуто по надходженню товарної групи "Кондитерські штучні товари" – 125,9% та інші бакалійні та супутні товари (це товари тривалого зберігання, такі як цукор, крупа, сухофрукти, макаронні вироби, цигарки), що призвело до збільшення їх залишків.

У ході дослідження встановлено, що часткове перевищення рівня товарних запасів призводить до великого періоду оборотності товарів, до підвищення витрат на зберігання. Такий стан може призвести до затоварювання і в кінцевому підсумку порушення термінів реалізації та списанню товарів, що збільшить збитки підприємства. Керівництво підприємства має оцінити, який мінімально необхідний товарообіг за окремими підрозділами та їх сукупності дозволяє забезпечувати отримання прибутку і не мати збитків. Обов'язково необхідно постійно вивчати попит по кожній групі товарів. Якщо попит на даний товар менше, ніж обсяг товарообігу, що забезпечує беззбитковість, то процес реалізації не буде самоокупним. Таким чином, підприємству для ефективної діяльності найближчим часом необхідно вдосконалити організацію роботи з реалізації продукції.

Найбільшою проблемою ТОВ «Рітейл Тренд» в структурі поставки товарів є значуща віддаленість між торговим підприємством та оптовими виробниками, а також посередниками. Територіальна зручність, що досягається шляхом децентралізації точок оптової та роздрібної торгівлі, підвищує задоволеність клієнтів, оскільки скорочує потреби у транспортуванні і витрати на пошук потрібного товару.

Проведений аналіз ефективності системи управління логістичними процесами на ТОВ «Рітейл Тренд» дозволив встановити, що підприємство має достатньо ефективну систему управління логістичними процесами, та є ряд недоліків, що потребують виправлення у майбутньому для забезпечення ефективної діяльності досліджуваного підприємства в цілому, та підвищення рівня його конкурентоспроможності на ринку роздрібної торгівлі України.

Для подолання ряду негативних тенденцій в процесі управління логістичними процесами на ТОВ «Рітейл Тренд», нами пропонується впровадження на підприємстві системи логістичного контролінгу, яка надасть можливість: координувати управлінську діяльність з досягнення логістичних цілей підприємства ТОВ «Рітейл Тренд»; надавати інформаційну і консультаційну підтримку прийняття управлінських рішень щодо логістичних

процесів на ТОВ «Рітейл Тренд»; створювати і забезпечувати функціонування загальної інформаційної системи управління логістичною діяльністю ТОВ «Рітейл Тренд»; забезпечувати раціональність управлінського процесу; забезпечувати ефективне управління логістичними процесами на підприємстві.

Для ефективної логістичної діяльності й чіткого визначення відповідальності на підприємстві ТОВ «Рітейл Тренд» необхідно створити спеціальний структурний підрозділ – відділ логістичного контролінгу. На досліджуваному підприємстві найдоцільнішим бачиться при впровадженні логістичного контролінгу штабна організація управління, тобто безпосереднє підпорядкування керівництву підприємства. Необхідні витрати на відкриття відділу логістичного контролінгу ТОВ «Рітейл Тренд» складають 663,35 тис. грн.

Загальногосподарським ефектом від відкриття відділу логістичного контролінгу ТОВ «Рітейл Тренд» є збільшення прогнозного чистого доходу від реалізації продукції за реалістичним сценарієм розвитку на 0,8%, або 9373,86 тис.грн., за песимістичним сценарієм – на 0,2%, чи 2343,46 тис. грн.

Відкриття на підприємстві ТОВ «Рітейл Тренд» відділу логістичного контролінгу надасть можливість: координувати логістичну діяльність з досягнення цілей підприємства ТОВ «Рітейл Тренд»; надавати інформаційну і консультаційну підтримку з прийняття управлінських рішень щодо здійснення логістичних процесів; ефективно планувати логістичну діяльність підприємства.

У випускній кваліфікаційній роботі намічені основні шляхи підвищення ефективності товаропостачання. Виявлено резерви розвитку і збільшення прибутковості для організації чіткого завезення товарів та функціонування господарських зв'язків магазину з постачальниками.

Аналіз випускної кваліфікаційної роботи показав, що раціональна підприємницька діяльність ТОВ «Рітейл Тренд» може сприяти розвитку торгівлі, своєчасній поставці товарів, збалансованості попиту та пропозиції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление / Д. Аакер: пер. с англ. (под ред. Ю. Н. Каптуревского). - СПб.: Питер, 2002. - 544 с.
2. Аникин Б. А. Коммерческая логистика: учеб. / Б. А. Аникин, А. П. Тяпухин. - М.: Проспект, 2007. - 432 с.
3. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф: сокр. пер. с англ. - М.: Экономика, 1989. - 520 с.
4. Балабан П.Ю. Комерційна діяльність: підруч./ П.Ю.Балабан, М. П.Балабан; За ред. проф. П. Ю. Балабана.-Харків:Світ Книг, 2015,-452 с.
5. Балджи М.Д., Допіра І.А., Однолько В.О.Економіка та організація торгівлі : навчальний посібник. – Київ : Кондор-видавництво, 2017. – 368 с.
6. Бауэрсокс Д. Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок / Д. Д. Бауэрсокс, Д. Дж, Клосс; пер. с англ. - М.: Олимп-Бизнес, 2001. - 640 с.
7. Бочковський А.П. Менеджмент, маркетинг і логістика : навч. посіб./А. П. Бочковський,Н. Ю. Сапожнікова ; Одес. нац. політехн. ун-т. - Одеса:Юрид. літ., 2016. - С. 225-240
8. Васильева О. Е. Эффективность сервисного обслуживания продукции / О. Е. Васильева. - М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2007. - 175 с.
9. Возненко Н. І. Теоретичні аспекти формування організаційно-економічного механізму адаптивного управління логістичною системою підприємства / Н. І. Возненко // Бізнес Інформ. - 2015. - № 12. - С. 206-214.
10. Гаджинский А. М. Логистика : Учебник / А. М. Гаджинский. - 11-е изд. перераб. и доп. - М.: ИТК «Дашков и К°», 2005. - 432 с.
11. Гаркавенко С. С. Маркетинг. Підручник / С. С. Гаркавенко. - К.: Лібра, 2002.-712 с. 124
12. Гощинська Д. Я. Інформаційно-комунікаційне забезпечення кластерної взаємодії підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Д.Я. Гощинська; Держ. ун-т телекомунікацій. - Київ, 2016. - 20 с.

13. Гук О. В. Фінансова криза на підприємстві: причини, наслідки та способи подолання / О. В. Гук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2016. – №2, Т.2. – С. 230–235.
14. Живко З. Б. Логістика : навч. посіб. / З.Б. Живко; Львів. держ. ун-т внутр. справ. - Львів : ЛьвДУВС, 2015. - 191 с.
15. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночной экономики: Монография - Харьков: РИО ХГЭУ, 1997. - 246С
16. Іваницька Т.Є. Методичний підхід до оцінки ефективності управління підприємством на основі логістичних критеріїв / Т.Є. Іваницька // Економіка. Управління. Інновації. – 2013. – № 2. 125
17. Кавун О.О. Товаропостачання у корпоративних торгових мережах на засадах інтеграційної логістики // Інфраструктурне забезпечення продовольчого ринку України // Матеріали. Міжнар. наук.-практ. конф. 17–18.02.2005. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2005. – С. 66–67.
18. Колодізева Т. О. Визначення ланцюгів поставок та їхня роль у підвищенні ефективності логістичної діяльності підприємств / Т.О. Колодізева // Проблеми економіки. - 2015. - № 2. - С. 133-139
19. Копич І.М. Внутрішня торгівля України: проблеми і перспективи розвитку: монографія/ І.М.Копич, О.О. Нестуля та ін.; за ред. В.В. Апопія, П.Ю.Балабана. - Львів:Новий світ-200, 2014,-565 с.
20. Лігоненко Л.О., Височин І.В. Економіка торговельного підприємства: методика розв'язання практичних завдань : навч. посіб. / Л.О. Лігоненко, І.В. Височин. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – С. 60-90.
21. Літвінова В. О. Тенденції розвитку підприємств сфери послуг в Україні // Вісник соціально 2. економічних досліджень: зб. наук. праць; за ред. М. І. Зверькова (голов. ред.) та ін. (ISSN 3. 2313-4569). – Одеса: Одеський національний економічний університет. – 2017. – № 1 (62). – 4. С. 77-83.

22. Літвінова В. О., Грінченко Р.В. Підвищення ефективності використання товарних запасів б. торговельного підприємства // Проблеми системного підходу в економіці. – Випуск 2 (58). – 7. 2017. – С. 78-82.
23. Літвінова В.О. Методичні та методологічні особливості дослідження рівня конкурентоспроможності продукції // Теоретичні, методологічні та практичні аспекти 12. конкурентоспроможності підприємств: монографія / за ред. Проф. О.Г. Якногого. – Одеса: Одеський національний економічний університет. – 2017. – № 1 (65). – 8. С. 90-93.
24. Лепейко Т. И. Методический подход к измерению результативности деятельности компании при оценке ее эффективности / Т. И. Лепейко, А. В. Котлик // Економіка розвитку. - 2005. - №2. - С. 13 - 16.
25. Ступак І. О. Стратегічні аспекти формування взаємовідносин із постачальниками / І. О. Ступак // Вісн. Нац. ун-ту «Львів. політехніка». - 2015. - № 690. - С. 453-457.
26. Торговельне підприємництво: теорія та практика [Текст] : монографія / за ред. Л. О. Лігоненко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. Ун-т, 2017. – 165 с.
27. Роздрібна торгівля м. Києва: трансформація формату та структури / Н. Голошубова // Вісн. Київ. нац. торг.-екон. ун-ту. - 2015. - № 3. - С. 44-59. - Бібліогр.: 13 назв. - укр.
28. Паласюк Б. Логістичне управління підприємством: сутність і основні принципи / Б. Паласюк // Галицький економічний вісник. – 2012. – № 3(36). – С. 166-170.
29. Пархаєва Н. В. Маркетингово-логістичний комплекс товаропровідної системи / Н. В. Пархаєва // Економіка України. - 2016. - № 4. - С. 122-133.
30. Полінкевич О.М., Коноваленко П.В., 2015. Товаропотоки у зовнішньоекономічній діяльності учасників ринку ритейлу. Економічний форум, 3, с. 96-102.
31. Потапюк І.П. //Товаропостачання, як елемент управління маркетинговою діяльністю підприємств на ринку/ Потапюк І.П., Бовт О.Ю. // Економічний форум №4. – Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2015. – С. 297-301.

32. Пиндайк Р. Рубинфельд Д. Микроэкономика: Сокр. пер. с англ. /Научн. ред.В.Т. Борисович, В.М. Полтерович, В.И. Данилов и др. - М.: Дело, 2012. - 245с.
33. Толпиго, О. Ф. Концептуальні засади розвитку політико-управлінських відносин у сфері державних закупівель в Україні [Текст] : автореферат дис.канд.наук з держ. упр. / Толпиго О. Ф. ; 25.00.01 - теорія та історія держ. упр. – Одеса : Одес. регіон. ін-т держ. упр., 2018. – 20 с.
34. Хаджинова О. В. Механізм управління взаємодією промислових підприємств з контрагентами в підприємницькій мережі : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.04 / О. В. Хаджинова; ДВНЗ «Приазов. держ. техн. ун-т». - Маріуполь, 2016. - 35 с.
35. ХарченкоТ.Б. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств як засіб ринкового реформування економіки//АПЕ. - 2017. - № 2. - С. 70-73.
36. Чернописька Н.В. Методичні підходи оцінювання діяльності підприємства / Н.В. Чернописька // Вісник національного університету «Львівська політехніка». Серія «Логістика». – № 623. – 2008. – С. 265-271.
37. Циганкова Т.М. Сучасна парадигма міжнародного маркетингу: дисертація, канд.екон. наук: 08.05.01/ Т.М. Циганкова. – К.: КНТЕУ, 2014. – 474с.
38. Югас, Е. Ф. Економічна сутність договірних відносин підприємства та форми розрахунків з постачальниками і підрядниками [Електронний ресурс] / Е. Ф. Югас // Економічний університет. – 2011. – 17/2. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Evu/2011_17_2/Yugas.pdf. – Національна бібліотека ім. Вернадського.
39. Лекції з дисципліни «Організація торгівлі»: для студентів ступеня «бакалавр» / М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф.підприємництва і торгівлі. – Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2017. – 137 с.
40. Правила роботи дрібно роздрібної торговельної мережі (Указ Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 08.07.1996 р. № 369).

41. Ilchenko N. Development strategy for logistics operators in the context of globalization / Ilchenko N. // Contemporary conditions and trends in enterprise management: strategies, mechanisms, processes. Cracow University of Economics. – 2015. – P. 45-53.
42. Marketing [Електронний ресурс] – Електронні дані. – [Київ : Організація операцій підприємств, 2002-2019].– Режим доступу: www.pidruchniki.com.
43. Studliteratura [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.studfiles.net.
44. Studliteratura [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.studopedia.info.
45. Studliteratura [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.pinterest.com
46. Studliteratura [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://pikabu.ru>.
47. Petryk I. V. Strategic supply chain management models = Стратегічні моделі управління мережею поставок / I. V. Petryk // Вісн. Нац. ун-ту «Львів. політехніки». - 2016. - № 848. - С. 145-153.
48. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://allretail.ua/> - сайт про рітейл та роздрібні мережі України.
49. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ua-region.com.ua/kved/Trd.51> - оптова торгівля і посередництво в оптовій торгівлі в Україні.
50. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг [Електронний ресурс]. – Видання 2011 р. – Режим доступу: http://aru.com.ua/files/temp/Ukr-block_T1-2010.pdf. – Офіційний сайт Аудиторської палати України.

ДОДАТКИ

Додаток А

Інформація з Єдиного Державного Реєстру:	
ЄДРПОУ:	38896483
Назва:	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "РІТЕЙЛ ТРЕНД" (ТОВ "РІТЕЙЛ ТРЕНД")
Адреса:	04070, КИЇВСЬКА область, ПОДІЛЬСЬКИЙ район, місто КИЇВ, вулиця ЯРОСЛАВСЬКА, будинок 56-А
Статус:	Зареєстровано
Керівник:	Бондаренко Олександр Анатолійович
Статутний капітал:	<u>1 000.00 грн.</u>
Засновники:	Акціонерна Компанія З Обмеженою Відповідальністю "Авейн Лімітед" ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ФІРМА "КОРАЛ" #23291997 Данілов Данило Ігорович — Бенефіціар
Засновник у:	ДОЧІРНЄ ПІДПРИЄМСТВО "РІТЕЙЛ ЦЕНТР" #38734018 Внесок: 1 000.00 грн., 100.000% ДОЧІРНЄ ПІДПРИЄМСТВО "РІТЕЙЛ ВЕСТ" #38733983 Внесок: 1 000.00 грн., 100.000% ДОЧІРНЄ ПІДПРИЄМСТВО "РІТЕЙЛ ІСТ" #38903507 Внесок: 1 000.00 грн., 100.000%
Види діяльності:	Основний :70.10 Діяльність головних управлінь (хед-офісів) Інші: 46.21 Оптова торгівля зерном, необработанным табаком, семенами и кормами для животных 46.33 Оптова торгівля молочними продуктами, яйцями и пищевими маслами и жирами 46.39 Неспеціалізована оптова торгівля продуктами питання, напінками и табачними изделиями Оновлено: 03.10.2019, 07:07
Відомості про взяття на облік платника податків:	
Дата взяття на облік:	05.09.2013
Номер взяття на облік:	265613141313
Орган ДФС:	2656 — ГОЛОВНЕ УПРАВЛІННЯ ДФС У М.КИЄВІ, ДПІ У ПОДІЛЬСЬКОМУ РАЙОНІ (ПОДІЛЬСЬКИЙ РАЙОН М.КИЄВА)
Податки:	
Податковий борг:	62 грн Борг станом на 12.09.2019
Платник ПДВ:	Є в реєстрі
ІПН:	388964826563
Дата реєстрації:	01.11.2013

Додаток Б

ЗАЯВКА

Директорові _____ підприємства

У магазин _____

у період з « _____ » до « _____ » 20 _____ р. прошу завести такі товари:

Назва товару, характеристика	Одиниці виміру	Кількість	Ціна	Сума

Зав. магазину...../...../

ГРАФІК ЗАВЕЗЕННЯ ТОВАРІВ

у магазин № _____

(назва групи товарів)

на « _____ » 20 _____ р.

Товар	Постачальник, адреса, номер телефону	Підлягає заведенню		Середня партія завезення, тис. грн.	Дата завезення
		од. кг	тис. грн.		

Начальник торгового відділу...../...../

« _____ » 20 _____ р.

НАКЛАДНА № _____

Кому _____

Від кого _____

№ п/п	Найменування	Кількість	Ціна	Сума
1.				
2.				
3.				
Підсумок по сумі	_____	_____	_____	

Здав _____

Прийняв _____

Додаток В**Вихідні дані для розрахунку максимізації прибутку від співпраці****ТОВ «Рітейл Тренд» з постачальниками**

Показники	ТОВ «Фрешстарт»	ПАТ «Українська Фруктово-Овочева Компанія»	ТОВ "Фрутреал"
Кількість одиниць товару	32	30	36
Ціна закупівлі, грн.	26,6	23,4	24,1
Можлива ціна реалізації, грн.	31,55	25,39	26,57
Період реалізації, днів	5	4	7
Участь у рекламному бюджеті, % до обороту із закупівлі	0,1	0,3	0,4
Оплата послуг з мерчандайзингу товарів, % до товарообороту		0,5	
Оплата інформаційних послуг моніторингу попиту, за місяць		40,00	
Поточні витрати, % до обороту із закупівлі		21,13	

Додаток Г**Вихідні дані розрахунку ефективності комерційних угод щодо закупівлі****товарів ТОВ «Рітейл Тренд» з постачальниками**

Показники	ПАТ «Українська Фруктово-Овочева Компанія»	ТОВ "Фрутреал"
Кількість товарних одиниць кави	23	59
Ціна закупівлі, грн.	95,20	88,50
Ціна реалізації, грн.	105,65	97,90
Прогнозований термін реалізації, днів	5	9
Транспортні витрати, грн.	4,2	16
Ставка кредитного відсотка, % річних	15	15
Страховий тариф від суми кредиту, %	3	3
Рівень матеріальних витрат до обороту із закупівлі, %	1,21	1,51
Рівень витрат на оплату праці до обороту із закупівлі, %	0,69	0,59

Додаток Г

**Вихідні дані розрахунку ефективності комерційних угод щодо закупівлі
товарів ТОВ «Рітейл Тренд» з постачальниками**

Показники	ПАТ «Українська Фруктово-Овочева Компанія»	ТОВ "Фрутреал"
Кількість товарних одиниць олії	54	101
Ціна закупівлі, грн.	19,65	21,18
Ціна реалізації, грн.	26,50	28,72
Транспортні витрати, грн.	15	45
Рівень матеріальних витрат до товарообороту, %	1,21	1,51
Рівень витрат на оплату праці до товарообороту, %	0,64	2,51
Цільова прибутковість товарообороту (після оподаткування), %	30,7	

Додаток Д

Аналіз структури постачань у ТОВ «Рітейл Тренд»

Товарні групи	2017 р., грн.	2018 р.			Відхилення	
		План, грн.	Фактично, грн.	Виконання плану, %	Від плану, грн.	Від 2017, %
1	2	3	4	5	6	7
1. Алкогольна продукція	1199140,72	1403756,0	1414986,1	100,8	11230,0	215845,3
2. Преса	15601,3	20943,7	18409,53	87,9	-2534,2	2808,2
3. Дитяче харчування	8869,4	9977,0	10465,89	104,9	488,9	1596,5
4. Драже, ірис, зефір	79329,27	104125,2	93608,54	89,9	-10516,6	14279,3
5. Кетчупи, соуси	158694,7	180927,3	187259,75	103,5	6332,5	28565,1
6. Ковбасні вироби	1937090,05	2062965,9	2285766,3	110,8	222800,3	348676,2
7. Кондитерські товари	349800	327850,7	412764	125,9	84913,3	62964,0
8. Цукерки в коробках	231618,1	287694,1	273309,36	95	-14384,7	41691,3
9. Цукерки вагові	301697,58	350742,0	356003,14	101,5	5261,1	54305,6
10. Кава (в зернах)	1788,5	2791,6	2110,43	75,6	-681,1	321,9
11. Кава(розчинний)	920287,8	1042168,5	1085939,6	104,2	43771,1	165651,8
12. Крупи вагові	69216,24	80468,1	81675,16	101,5	1207,0	12458,9
13. Крупи фасовані	16214,9	18757,0	19133,58	102,01	376,5	2918,7
14. Лимонади	211594	243549,5	249680,92	102,52	6131,4	38086,9
15. Макарони вагові	38562,89	44165,9	45504,21	103,03	1338,3	6941,3
16. Макарони фасовані	136088,2	155085,9	160584,08	103,55	5498,2	24495,9
17. Олія соняшникова	145433,4	164911,1	171611,41	104,06	6700,3	26178,0
18. Молоко	372605,7	420406,2	439674,73	104,58	19268,5	67069,0
19. Молочні продукти	1313233,84	1474333,0	1549615,9	105,11	75282,9	236382,1
20. М'ясні консерви	289367,4	323248,9	341453,53	105,63	18204,6	52086,1
21. М'ясні п / ф	1046647,47	1163380,6	1235044	106,16	71663,4	188396,5
22. М'ясо птиці заморож.	537622,46	594610,7	634394,5	106,69	39783,8	96772,0
23. Овочеві консерви	178176,59	196083,0	210248,38	107,22	14165,4	32071,8
24. Горішки, чіпси, сухарик	177856,61	194757,1	209870,8	107,76	15113,7	32014,2
25. Печиво, крекер, вафлі	323740,59	352739,7	382013,9	108,30	29274,2	58273,3
26. Пиво	982653,9	1065348,5	1159531,6	108,84	94183,1	176877,7
27. Посуд, упаковка	120098,99	129558,0	141716,81	109,38	12158,8	21617,8
28. Приправи, супи в пакетах	204978,5	220022,6	241874,63	109,93	21852,0	36896,1
29. Продукти б / п	201518,7	215232,7	237792,07	110,48	22559,4	36273,4
30. Риба св / морожена.	94999,75	100960,0	112099,71	111,03	11139,7	17100,0
31. Риба х к, сол, рибні делікатеси	282167,27	298378,4	332957,38	111,59	34578,9	50790,1
34. Рибні консерви	244390,47	257145,5	288380,75	112,15	31235,2	43990,3
35. Цукор ваговий	365391,2	382548,7	431161,62	112,71	48612,9	65770,4
36. Сигарети	905567	943372,5	1068569,1	113,27	125196,6	163002,1
37. Соки, Кола, Пепсі	473153,17	490454,0	558320,74	113,84	67866,7	85167,6
38. Торти, тістечка	29023,18	29934,7	34247,35	114,41	4312,6	5224,2
39. Фруктова консерв.	19145	19648,1	22591,1	114,98	2943,0	3446,1
40. Фрукти-овочі	154134,54	157397,7	181878,76	115,55	24481,1	27744,2
41. Хліб	389771,45	396043,0	459930,31	116,13	63887,3	70158,9
42. Чай	195155,9	197309,5	230283,96	116,71	32974,5	35128,1
43. Яйце	70306,59	70728,8	82961,78	100,30	12233,0	12655,2
44. Разом	14792733,32	16194521	17455425	107,79	1260903,8	2662692,0