

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра торговельного підприємництва та логістики

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Організація ланцюгів поставок настільних ігор»

Студентки 2 курсу, 6 м групи,
спеціальності 076

«Підприємництво, торгівля та
біржова діяльність»

спеціалізації

«Товарознавство і комерційна
логістика»

_____ Авдієнко Катерини
Вячеславівни

Науковий керівник

канд., екон. наук, доцент

_____ Харсун Людмила
Григорівна

Науковий консультант

канд. техн. наук, доцент

_____ Михайлова Галина
Миколаївна

Гарант освітньої програми

док., техн. наук, професор

_____ Сидоренко Олена
Володимирівна

Київ 2018

АНОТАЦІЯ

Авдієнко К.В. Організація ланцюгів поставок настільних ігор, за матеріалами ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА»

У випускній кваліфікаційній роботі досліджено теоретичні та практичні аспекти управління ланцюгами поставок настільних ігор на підприємство, проведено детальний аналіз системи організації та функціонування ланцюгів поставок на підприємстві, проведена товарознавча оцінка та визначено споживчі переваги настільних ігор, що реалізуються на ринку України.

Ключові слова: логістика, ланцюг поставок, настільні ігри, споживні властивості товару, споживчі переваги.

ANNOTATION

Avdienko K.V. Organization of supply chains for table games, based on the materials of LLC "ALPHA-ZABAVA"

In the final qualification work the theoretical and practical aspects of managing the supply chains of table games to the enterprise were investigated, a detailed analysis of the system of organization and operation of supply chains in the enterprise was conducted, commodity evaluation was conducted and consumer preferences of table games implemented in the Ukrainian market were determined.

Keywords: logistics, supply chain, board games, consumer properties of goods, consumer preferences.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	10
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАВОК ПІДПРИЄМСТВА.....	13
1.1.Сутність, призначення та функції ланцюгів поставок.....	13
1.2.Фактори та етапи формування ланцюгів поставок підприємства.....	21
1.3.Методичні підходи до оцінювання ефективності ланцюгів поставок.....	34
1.4.Стан та тенденції розвитку ринку дитячих іграшок в Україні.....	40
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ТА НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ФОРМУВАННЯ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАВОК НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА».....	49
2.1. Аналіз системи організації та функціонування ланцюгів поставок на ТОВ «Альфа-Забава».....	49
2.2. Дослідження ефективності ланцюгів поставок на ТОВ «Альфа- Забава».....	57
2.3. Перспективні напрями організації ланцюгів поставок настільних ігор на ТОВ «Альфа-Забава».....	71
РОЗДІЛ 3 ТОВАРОЗНАВЧА ОЦІНКА НАСТІЛЬНИХ ІГОР,ЩО РЕАЛІЗУЮТЬСЯ НА РИНКУ УКРАЇНИ.....	78
3.1. Характеристика споживних властивостей настільних ігор.....	78
3.2. Гарантії безпечності настільних ігор.....	86
3.3. Виявлення споживчих переваг та оцінки безпечності настільно- друкованих ігор.....	95
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	104
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	111
ДОДАТКИ.....	118

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасні методи підвищення ефективності управління матеріальними потоками мають практичний інтерес для вітчизняних підприємств, їхнє використання дасть можливість підприємствам нашої країни ефективно діяти як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

У сучасних умовах, зважаючи на розвиток новітніх технологій та політику держави, яка спрямована на демографічний приріст населення, все більше приділяється увага розвитку та вихованню дітей, аналітики передбачають динамічний розвиток ринку дитячих іграшок.

Більшість батьків хочуть купувати не просто іграшки, а саме іграшки що розвивають та «йдуть в ногу» з сучасними тенденціями. Зважаючи на розвиток ринку іграшок, посилюється і конкуренція між виробниками. В умовах зростаючої конкуренції успіх підприємства залежить від швидкості реагування на постійні зміни попиту споживачів, тому дуже важливим для підприємства є логістика, яка передбачає здійснення ефективної логістичної діяльності та відповідає сформованим логістичним ланцюгам.

Протягом багатьох років вчені намагалися розкрити у своїх роботах визначення поняття «логістичні системи». Проблемам формування та ефективності ланцюгів постачання присвячені роботи таких вчених: М. Гордон, П. Драккер, Д. Ламберт, Є. Крикавський, Н. Чухрай, О. Сумець, Д. Журихіна, К. Таньков, О. Гірна, Д. Костоглодов, Д. Ланкастер, Д. Джоббер, С. Грант, Г. Болт, Д. Баркан, В. Бурцев, В. Пурлік, Дж. Р. Сток, Дж. Сакс, М. Залманова, Дж. Ментцер, С. Уваров, Х. Фольмут, Л. Малишева, Ф. Котлер, В. Наумов, І. Бланк, М. Багіо, Е. Голіков, А. Дайле, Д. Нортон, Р. Каплана, П. Хан, П. Хорварт, В. Керімов, В. Івлєв, Т. Попов, Е. Уткін, Т. Алесінська, Л. Міротін, О. Митько, М. Окландер, М. Гиря та інші.

На сьогодні, логістика дає можливість оптимізувати функціонування товарних, інформаційних і фінансових потоків, що скорочує час між закупівлею і постачанням готового продукту споживачам.

Незважаючи на багатолітнє вивчення логістики та на досягненні успіхи у освоєнні даної сфери, на разі неможливо виявити єдиного визначення даного терміну. Основним завданням логістики є контроль за матеріальними, фінансовими та інформаційними потоками, яке буде ефективним, та забезпечуватиме високу якість поставок.

Мета дослідження – дослідити теоретико-методологічні засади формування системи організації та функціонування ланцюгів постачання настільних ігор та визначити перспективні напрями їх розвитку.

Для реалізації заданої мети дослідження необхідне вирішення наступних *завдань*: дослідити сутність та призначення ланцюгів постачання, охарактеризувати функції та етапи формування ланцюгів постачання на підприємстві, проаналізувати методичні підходи до оцінювання ефективності ланцюгів, оцінити стан та тенденції розвитку ринку дитячих іграшок в Україні.

Предметом дослідження є особливості ланцюгів постачання настільних ігор в Україні.

Об'єктом дослідження є особливості функціонування ланцюгів постачання.

Наукова новизна випускної кваліфікаційної роботи полягає в оцінці якості та виявленні споживчих переваг настільно-друкованих ігор, розробка заходів, щодо вдосконалення якості поставок на підприємстві.

Практичне значення. Сформульвані та обгрунтовані в випускній кваліфікаційній роботі висновки та пропозиції можуть бути використані в практичній діяльності компанії для підвищення якості організації ланцюгів поставок.

Апробація результатів дослідження. За результатами дослідження була опублікована стаття «Особливості функціонування ланцюгів постачання настільних ігор в Україні» у Збірнику наукових праць магістрів.

Структура та зміст роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел та додатків. Роботу викладено на 123 сторінках друкованого тексту, що включає 17 таблиць, 27 рисунки. Список використаних джерел включає 75 найменування, які займають 7 сторінки.

Публікація. За результатами роботи в збірнику наукових статей студентів «Товарознавство та торговельне підприємництво» опубліковано статтю «Організація ланцюгів поставок настільних ігор»: зб.наук.ст.студ.- К:Київ,нац. Торг.екон. ун-т., - 2018 р.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАВОК ПІДПРИЄМСТВА.

1.1 Сутність, призначення та функції ланцюгів поставок

На сьогоднішній день розвиток економіки України тісно залежить від реформ, які диктуються європейськими країнами і мають за мету максимально ефективну діяльність підприємств. Велика кількість підприємств та висока конкуренція на світовому ринку потребує впровадження принципів логістики в їх роботу, як одного з важливих факторів підвищення їх конкурентоспроможності.

Логістика є однією з важливих складових розвитку тої чи іншої бізнес-структури.

Логістика – наука про планування, організацію, управління, контроль і регулювання переміщення матеріальних і інформаційних потоків у просторі і в часі від їхнього первинного джерела до кінцевого споживача [2,с.26]. Результатом логістичної діяльності є насамперед формування, перетворення товарних та матеріальних цінностей для задоволення потреб споживачів, отримання максимально можливих прибутків з мінімальними затратами ресурсів. Використання логістики дозволяє компанії досягти максимально можливого успіху від своєї діяльності. Логістична стратегія є процесом планування для досягнення конкурентних переваг за рахунок підвищеної цінності продукції/послуг та обслуговування споживачів, в результаті чого досягається більш високий рівень задоволення споживачів.

Таким чином, можна стверджувати, що фактори зовнішньої економіки та наукового розвитку що трактуються міжнародними логістичними організаціями - розробляти, застосовувати і впроваджувати нові економічні підходи до раціонального використання наявних ресурсів.

У логістиці важливими є поняття логістичного ланцюга (logistical chain), ланцюги поставок (supply chain) та логістичного каналу (logistical channel). Слід зауважити, що частина цих термінів часто використовуються як синоніми. Незважаючи на те що дані поняття є близькими, між ними існує відмінність.

Якщо розглянути поняття «логістика постачання» в літературних джерелах використовується різноманітні підходи до визначення, зокрема їх розглядали такі визначні науковці, як : М. Кристофер, Р. Хендфілд, Д. Іванов, В. Дибська та багато інших. Це свідчить про те, що логістика є актуальною на сьогоднішній день і поняття «постачання» різні науковці відкривають все нове розуміння до даного поняття [45,с.2] . (Табл. 1.1)

Таблиця 1.1

Підходи до визначення поняття ланцюг постачання [45,с.2]

Автор	Визначення ланцюга постачання
К. Rutkowski	Ланцюг постачання ототожнюється з фізичною мережею, яка проходить від початкового постачальника до клієнта.
М. Кристофер	Ланцюг постачання можна також визначити як мережу взаємопов'язаних між собою організацій, залучених у різні процеси і дії, метою яких є доставка кінцевому споживачу повної пропозиції продуктів та послуг.
Д. Уотерс	Ланцюг постачання складається із сукупності видів діяльності й організацій, через які матеріали проходять під час свого переміщення від постачальника початкового рівня до кінцевого споживача.
Р. Хендфілд	Ланцюг постачання охоплює всі організації і види діяльності, що пов'язані з переміщенням і перетворенням товарів, починаючи зі стадії сировини і вихідних матеріалів і закінчуючи доставкою готових продуктів кінцевому споживачеві, а також пов'язані з усім цим інформаційні потоки.
Д. Іванов, В. Дибська	Ланцюг постачання – це пов'язана структура бізнес-одиниць, яка об'єднана відношенням «постачальники – фокусне (головне) підприємство – споживачі» у процесі створення і реалізації товарів, що мають цінність для кінцевого споживача, відповідно до вимог ринку.

Продовження таблиці 1.1

Т. Наконечна	Лінійно впорядкована чисельність фізичних чи юридичних осіб (постачальників, виробників, посередників та ін.), які виконують логістичні операції, спрямовані на доведення зовнішнього матеріального потоку від однієї логістичної системи до іншої чи до кінцевого споживача .
В. Сергеев	Ланцюг постачання – три і більше економічних одиниць (юридичні чи фізичні особи) безпосередньо беруть участь у зовнішніх і внутрішніх поставках продукції, послуг, фінансів та / або інформації від джерела до споживача.
А. Родников	Логістичний ланцюг – це лінійно упорядкована послідовність фізичних або юридичних осіб (постачальників, посередників, перевізників та ін.), що безпосередньо беруть участь у доведенні конкретної партії продукції до споживача .

Автори вважають, що ланцюг поставок – це, сукупність конкретних організацій, бізнес-одиниць, які впорядковані за потоками та процесами, тим самим підкреслюючи просторовий вимір поняття ланцюга постачання в загалом. Такий підхід відображає уявлення поняття ланцюгів поставок, сутність якого полягає в тому, що він складається із підсистем та ділиться на різні дрібні ланки, які є складовою постачань.

У розумінні поняття «логістичний ланцюг» майже збігаються точки зору Т. Наконечна та А. Родников, які стверджують, що логістичний ланцюг – це лінійно впорядкована сукупність (чисельність) фізичних і юридичних осіб [45,с.2], в той же час Т. Наконечна вважає, що це ще й лінійно впорядкована сукупність конкретизованих суб'єктів [45,с.3].

Сток Дж., Д. Ламберт, І. Наконечний, Д. Іванов, В. Дибська, Є. Зайцев та автори у Словнику ANNEX розглядають ланцюг поставок як інтеграцію, послідовність, комбінацію процесів, бізнес-процесів, акцентуючи увагу на логістичних процесах, що відбуваються у ланцюгах поставок та створюють споживчу вартість для клієнтів (Табл.1.2.).

Таблиця 1.2

Процесний підхід до визначення ланцюга постачання [45,с.3]

Автор	Визначення ланцюга постачання
Дж. Сток, Д. Ламберт	Логістичний ланцюг можна трактувати як інтегрований процес, який характеризується власною, певною структурою часткових процесів, що охоплюють зокрема: реалізацію замовлень; обслуговування клієнта; складування і управління запасами; підготовки реалізації продукту; узгодження цілей і формування систем переміщень
І. Наконечний	Ланцюг постачання становить певний вираз комплексності, а також складності створення вартості, починаючи від фази отримання сировини, а закінчуючи передаванням кінцевого виробу для клієнта. Особливістю ланцюга постачання є те, що він охоплює усі процеси, зв'язані зі створенням вартості (фази створення вартості) як для клієнта, так і для підприємства.
Д. Іванов, В. Дибська	Ланцюг постачання – це послідовність потоків і процесів, які мають місце між різними контрагентами (ланками) ланцюга та комбінуються для задоволення вимог споживачів у товарах і послугах.
Словник annex	Ланцюг постачань визначається як об'єднання всіх видів бізнес-процесів (проектування, виробництво, продаж, сервіс, закупівля, дистрибуція, управління ресурсами), необхідних для задоволення попиту на продукцію або сервіс – від початкового моменту отримання вихідної сировини або інформації до доставки кінцевому споживачеві.
Стандарт ISO 28000–2005	Взаємопов'язаний набір ресурсів та процесів, який починається з отримання сировини і закінчується доставкою продукції або послуг кінцевому користувачу транспортними системами.
Є. Зайцев	Поняття «ланцюг постачання» (supply chain) трактується як сукупність (послідовність) процесів, які виконуються при доведенні товарів певного товаровиробника до споживача / групи споживачів (сегмента ринку), а також як лінійно упорядкована безліч учасників (ланок), що виконують вищевказані процеси.

Такий підхід відповідає процесному підходу до визначення ланцюгів поставок, сутність якого полягає у розгляді логістичного ланцюга як послідовності потоків і процесів, що здійснюються у функціональних

областях або в межах ключових, логістичних бізнес-процесів логістики в результаті логістичних функцій та операцій.

На думку більшості вчених, процесний підхід до визначення ланцюга поставок є більш прогресивним відносно об'єктного, бо пов'язує поняття ланцюга поставок з поняттям управління ланцюгами поставок (Supply Chain Management – SCM), яке, за визначенням Дж. Стока, Д. Ламберта, є інтеграцією ключових бізнес-процесів.

Є. Крикавський, К. Таньков, С. Левченко, С. Терещенко, а також автори Економічної енциклопедії та ін. підкреслюють у своїх визначеннях, що «ланцюги постачання» мають цілеспрямований характер взаємовідносин суб'єктів господарювання, який приводить до інтеграції, кооперації учасників у просторі і часі. Такий підхід до визначення ланцюгів постачання, на думку автора, є найбільш сучасним, бо відповідає саме новітній інтегральній парадигмі логістики та теперішньому етапу розвитку економіки – компетенції та взаємодії. Використання поведінкового підходу до визначення ланцюга постачання відкриває можливості для отримання синергетичного ефекту в ланцюгах постачання, який є результатом інтеграції та кооперації в логістичних системах [45,с.4].

Грунтуючись на вищевикладеному, було опрацьовано авторське уточнення та визначення сутності таких категорій, як ланцюг постачання, ланцюг створення вартості (цінності), виробничо-технологічний ланцюг і логістичний ланцюг, що доповнено їх графічною інтерпретацією.

Ланцюг постачання – це поступове просування товарів у межах окремого матеріального потоку від первинного постачальника до кінцевого споживача. При цьому в такому ланцюгу можна виділити постачальників та клієнтів різних порядків [15,с.2]. (Рис. 1.1.)

Ланцюг постачання призначений для того, щоб забезпечити поступове і неперервне просування товарів від постачальників постачальника до клієнтів клієнта.



Рис.1.1. Принципова схема ланцюга постачання

Джерело: складено за даними [15,с.2]

Ланцюг створення вартості (цінності) – це поступове кумулятивне формування вартості (цінності) продукції, роботи чи послуги внаслідок послідовного та паралельного здійснення основних і обслуговуючих бізнес-процесів [15,с.4]. (Рис.1.2.)

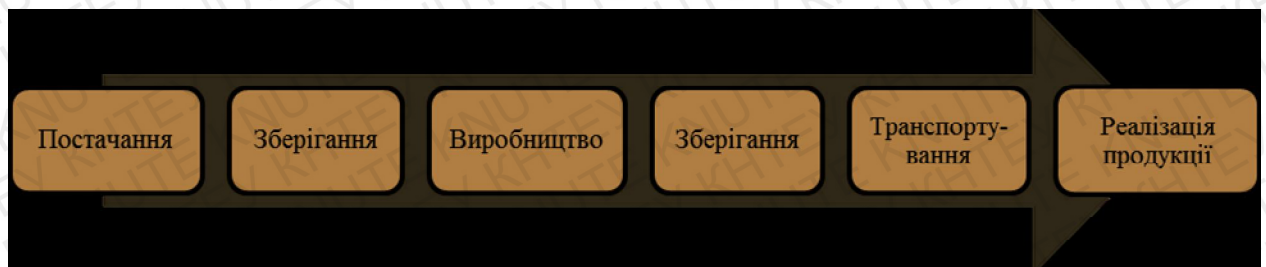


Рис.1.2. Основні ланки ланцюга створення цінності продукції

Джерело: складено за даними [15,с.4]

Виробничо-технологічний ланцюг – це сукупність взаємопов'язаних послідовних і паралельних технологічних операцій (бізнес-процесів), які зорієнтовані на якісне перетворення предметів праці (виробництво продукції). [15,с.4] (Рис.1.3.)

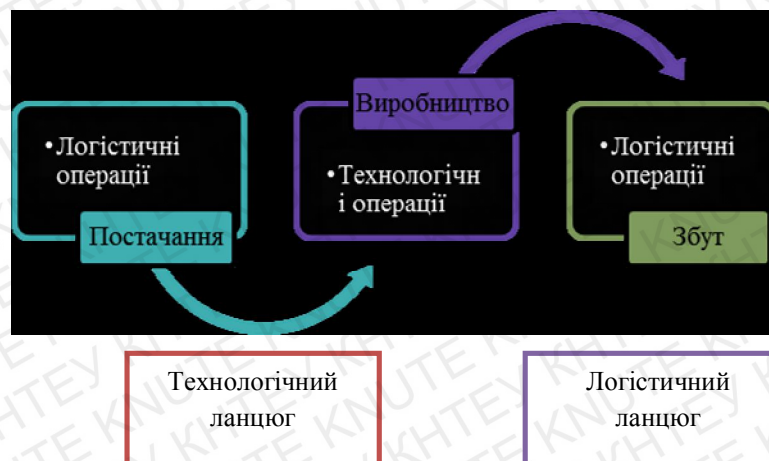


Рис.1.3. Логістичний ланцюг створення та доведення до споживача готової продукції

Джерело: складено за даними [15,с.4]

Таким чином, розглянувши поняття «ланцюг постачання» можна визначити цілі функціонування логістичного ланцюга [15,с.6]:

- придбання товарів за найбільш вигідною ціною;
- придбання товарів найкращої якості;
- взаємодія лише з надійними постачальниками;
- підтримання високої обіговості товарних запасів;
- зниження витрат на закупівлі;
- здобуття максимального зиску для фірми;
- підтримання доброзичливих партнерських відносин;
- впровадження ефективного автоматизованого обліку придбаних товарів;
- розвиток і стимулювання діяльності та підвищення кваліфікації менеджерів, зайнятих у постачанні.

З метою ефективного втілення сформульованих цілей необхідна реалізація певних завдань постачання:

- визначення потреб у матеріальних ресурсах (необхідного обсягу асортиментів та раціонального режиму надходження матеріальних ресурсів);
- дослідження ринку закупівель (визначення пропозиції, попиту, ринкового балансу тощо)
- вибір найбільш прийнятних постачальників, погодження з ними постачань й укладання угод, які фіксують досягнуті згоди;
- здійснення закупівель при дотриманні обґрунтованих строків закупівлі сировини та комплектних матеріалів;
- контроль постачань, забезпечення точної відповідності між кількістю постачань та потребами в них, дотримання якості сировини й комплектних матеріалів;
- підготовка бюджету закупівель - контролювання економічних параметрів процесу та відшукування нових можливостей зниження

витрат, пов'язаних із рухом вхідних матеріальних потоків і використанням матеріальних ресурсів.

Ланцюг постачання на підприємстві виконує такі функції [35,с.88]:

- управління діяльністю постачальників сировини, матеріалів та комплектації (вони знаходяться вище по потоку), а також покупців і кінцевих споживачів готової продукції з відповідним набором сервісного забезпечення (вони знаходяться нижче по потоку);
- переміщення предметів праці від початку до кінця ланцюга і грошовий потік, який рухається у зворотному напрямку. Два такі потоки визначають відношення "постачальник – споживач";
- визначення значимості формування віднесеного до товаропотоку інформаційного потоку: споживачі надсилають замовлення та вимоги до продукції й відповідного її сервісного забезпечення на "Вхід" ланцюга, а постачальники повідомляють споживачів про рівень існуючих у нього запасів готової продукції (чи необхідності її виготовлення), відповідні дії, пов'язані з доставкою продукції та її використанням. У такому випадку інформація рухається в обох напрямках.

Отже, логістика є важливою складовою розвитку та функціонування підприємства. За дослідженнями багатьох вчених «логістика постачання» – це лінійно впорядкована сукупність (чисельність) фізичних і юридичних осіб, що безпосередньо беруть участь у доведенні конкретної партії продукції до споживача. Основними цілями логістики постачання є: забезпечення підрозділів компанії предметами постачання і послугами згідно з вимогами до них; оптимізація витрат на закупівлі; здійснення ефективного управління постачальниками. Розглянуті цілі та завдання дозволяють міркувати про стратегічну роль постачання, яка полягає в: стратегічному партнерстві з постачальниками; координації постачальницьких процесів із діяльністю виробничих/ збутових/ транспортних/ складських підрозділів підприємства;

забезпечення нормального функціонування компанії шляхом безперервного постачання ресурсів життєзабезпечення тощо.

1.2 Фактори та етапи формування ланцюгів поставок підприємства

Для того, щоб підприємство функціонувало та ланцюги постачання працювали, потрібно ними управляти. Сьогодні управління ланцюгами поставок розвивається стрімко й здобуває все більшу значущість для промислових, логістичних і торговельних підприємств.

Логістичний ланцюг формується на засадах кооперації постачальників сировини, матеріалів, покупних частин, перевізників, складських підприємств, посередників, виробників, виробників-субпідрядників, підприємств та організацій дистрибуційної мережі, споживачів з метою спільної координації їх діяльності в координатах простір — час [69, с.141].

Вимоги, які повинні висуватися до формування логістичних систем:

- інтеграція ланок логістичного ланцюга в єдину систему, що забезпечує ефективне управління матеріальними, фінансовими та інформаційними потоками;
- інтеграція систем контролю за рухом номенклатури матеріальних ресурсів і їх використанням;
- забезпечення ефективної взаємодії і погодженості побудови та функціонування елементів логістичної системи;
- погодженість з діючими процесами та іншими системами управління підприємства;
- інтеграція ланок логістичного ланцюга в єдину систему, що забезпечує ефективне управління матеріальними, фінансовими та інформаційними потоками.

Останнім часом у літературі вживається термін «керування ланцюгом поставок» як варіант повної системної інтеграції процесів постачання, виробництва та дистрибуції, що видозмінює інституційовані межі функціонування окремих учасників логістичного ланцюга, формуючи в

нових межах нову логістичну систему вищої ієрархії. Така логістична система набуває рис системної, функціонально наскрізної орієнтації на переміщення. Керування ланцюгом поставок означає концепцію планування, управління і контролю за допомогою ланцюга поставок, який охоплює всі фази створення і доставки логістичних вартостей – від місця отримання сировини через виробництво до кінцевого покупця з метою пропозиції відповідних товарів у відповідному місці та часі, у відповідній кількості та якості, за обґрунтованих витрат, з використанням сучасних інформаційних технологій.

Перш за все розглянемо термін "управління ланцюгами поставок". Цей термін часто використовується нарівні з "логістикою". Однозначної думки з приводу загальних і різних рис логістики та управління ланцюгами поставок не існує. Управління ланцюгами поставок називають іноді логістичною концепцією, тобто якоюсь ідеєю, що виникла в рамках логістики, і ми робимо висновок, що ті, хто дотримується такої точки зору, вважають управління ланцюгами поставок частиною логістики. Наприклад, Д. Уотерс пише, що "логістика відповідає за проходження матеріального потоку через ланцюг поставок. Ця функція іноді також називається «управління ланцюгом поставок» [69, с.98].

Для розмежування понять логістики та управління ланцюгами поставок деякі фахівці вважають, що якщо рішення по управлінню потоками приймаються в рамках одного підприємства, то це логістика, а якщо рішення охоплює взаємодію декількох організацій, що спільно беруть участь в русі потоку, то це управління ланцюгами поставок. Неважко помітити, що такий поділ "логістики" і "управління ланцюгами поставок" непереконливо і навіть абсурдно, оскільки перетворення сировини в готову продукцію - це тривалий процес, в який включено, в більшості випадків, кілька підприємств [48, с.58].

Розвиток управління ланцюгами поставок має об'єктивні основи. У 90-х рр. 20 ст. явно позначилися три тенденції: перевищення пропозиції над попитом, глобалізація ринків та інформатизація суспільства. Ці тенденції

викликали зміни в стратегіях забезпечення конкурентоспроможності й прибутковості бізнесу [56, с.2].

Перше використання терміну «управління ланцюгами поставок» прийнято пов'язувати з іменами Р. Оливера та М. Вебера. Саме вони у своїй статті «Supply Chain Management: Logistics catches up with strategy» в 1982 році запропонували розглядати матеріальні потоки від виробників вихідної сировини до кінцевого споживача в рамках інтегрованої стратегії, назвавши її управлінням ланцюгами поставок [56, с.2].

До джерел виникнення управління ланцюгами поставок слід також віднести значно більш ранні роботи: Д. Форрестера в 1961 р. з аналізу структурної динаміки Bullwhip-Ефекту (ефекту хлиста), Бауерсокса в 1969 р. в області взаємодії й кооперації, Геофріона й Грейвса в 1974 р. в області запасів, виробництва й дистрибуції [56, с.3].

На думку більшості фахівців, відправним пунктом до появи й розвитку концепції управління ланцюгами поставок з'явилося прагнення до зниження невизначеності на основі методів і моделей кооперації й багаторівневого (multi-echelon) управління запасами, тобто на декількох підприємствах одночасно, які інтенсивно розбудовувалися у 80-х рр. ХХ-го ст. [56, с.3].

На практиці управління ланцюгами поставок (ЛП) стало розвиватися у 90-х рр. ХХ-го ст. у США, Європі і Японії в галузях промисловості, зорієнтованих на індивідуального клієнта (таких, як автомобільна, легка промисловість, електротехніка) і торгівлі. Зростаюче значення управління ланцюгами поставок пов'язане з розвитком аутсорсингу, посиленням конкуренції й появою нових форм конкурентної боротьби в умовах глобалізації та інтеграції, а також розвитком інформаційних технологій, логістики, розширенням спектру логістичних послуг і зростанням ролі логістичних провайдерів [56, с.4].

Новий виток розвитку управління ланцюгами поставок додали корпоративні інформаційні системи, а пізніше Інтернет-Технології, які дозволили суттєво підвищити ефективність координації процесів у ланцюзі

поставок. Інформаційні технології стали, з одного боку, середовищем забезпечення й підвищення ефективності ланцюгів поставок, а з іншої сторони – потужним інструментом розвитку нових концепцій управління ланцюгами поставок [56, с.4].

За допомогою інформаційних технологій з'явилася можливість реалізувати одну з основних ідей управління ланцюгами поставок – інформаційну координацію та синхронізацію попиту і поставок.

Пройшовши довгий час трансформації та визначення терміна «Supply Chain Management» (SCM), можна стверджувати, що управління ланцюгом поставок (SCM) — це інтеграція та управління всіма організаціями та видами діяльності, що входять у ланцюг поставок, на основі взаємного співробітництва, ефективних бізнес-процесів і високого ступеня спільного використання інформації з метою створення вискоєфективних систем формування цінності, які забезпечували б організаціям-учасникам істотну конкурентну перевагу [3, с.254].

Об'єктом управління ланцюгами поставок є зовнішній ланцюг поставок — сукупність процесів, що виникають у мережі організацій, які задіяні у виробництві товарів, дистрибуції та реалізації цих товарів кінцевому споживачу.

У складі SCM-системи можна умовно виділити дві підсистеми:

– SCP (англ. Supply Chain Planning) — планування ланцюгів поставок.

Основу SCP-систем складають системи для розширеного планування та формування календарних графіків (Advanced Planning and Scheduling і Advanced Planning and Optimization). APS-системи призначені для розробки календарного графіка поповнення запасів по всіх вузлах ланцюжка поставок і формування вимог на виробництво і транспортування необхідної продукції. Основою для цього служить поточна інформація про прогнози попиту, рівні запасів, терміни поставок, взаємоположення торгових партнерів. При зміні цієї інформації APS-система дозволяє оперативно проаналізувати зміни і внести необхідні корективи в розклад поставок і виробництва [60, с.1].

Крім вирішення завдань оперативного управління, SCP-системи дозволяють здійснювати стратегічне планування структури ланцюга поставок: розробляти плани мережі поставок, моделювати різноманітні ситуації, оцінювати рівень виконання операцій, порівнювати планові та поточні показники.

Також в SCP входять спеціалізовані системи для формування прогнозів і компоненти, що відповідають за моделювання та оптимізацію ланцюжків поставок (наприклад, розрахунок місця розташування складів, їх потужності, планування транспортних потоків), а також формування календарних графіків, прогнозування попиту і поставок продукції. SCP-системи надають кошти для спільної розробки прогнозів. Вони орієнтовані на торговельні пари "постачальник - покупець" і дозволяють порівнювати інформацію про прогнози попиту, що надійшла від покупців, з прогнозами наявності необхідної продукції, отриманої від постачальників. Результатом є збалансований прогноз, узгоджений з обома зацікавленими сторонами. В основі роботи цих систем лежить стандарт спільного планування, прогнозування і поповнення запасів (Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment), створена Японською асоціацією Voluntary Interindustry Commerce Standards) [60, с.1].

– SCE (англ. Supply Chain Execution) — виконання ланцюгів поставок у режимі реального часу [60, с.2].

Показником сучасного розвитку SCM є зростання інформаційних мереж. Для успішного використання логістичної інформації в ланцюгу потрібне розміщення комунікаційних мереж, що орієнтовані на логістичні процеси. Інформаційні й комунікаційні мережі утворюють основу для інтеграції вантажних, товарних та інформаційних потоків, а також бізнес-процесів. Наприклад, використання Інтернет-технологій має суттєвий вплив на зниження часу поставок (перевезень) і запасів [60, с.3].

Отже, управління ланцюгами поставок являє собою процес планування, виконання та контролю з погляду зниження витрат потоку сировини,

матеріалів, незавершеного виробництва, готової продукції, сервісу та пов'язаної інформації від точки генерації замовлення до точки споживання (включаючи імпорт, експорт, внутрішні та зовнішні переміщення), тобто до повного задоволення вимог споживачів.

Для якісного функціонування підприємства, постачання товарів повинно відбуватися безперервно й своєчасно, оскільки, невчасно привезений товар або взагалі його відсутність негативно впливає на кінцевий результат та на підприємницьку діяльність загалом. Тому фірмі потрібно прорахувати та ґрунтовно підійти до питання формування ланцюгів постачання.

При формуванні ланцюга постачання виділяється головне підприємство, яке виконує роль інтегруючої ланки, об'єднуючи мережі постачальників (на "Вході") та покупців / споживачів (на "Виході").

Формування ланцюга постачання, визначення його структури зіштовхується з обґрунтуванням його основних характеристик – протяжності тобто довжини, ширини і потужності.

Довжина ланцюга постачання залежить від кількості рівнів постачальників і споживачів. Іншими словами, довжина ЛП визначається кількістю посередників через яких матеріали проходять від початку її виробництва (добування) до місця призначення тобто до кінцевого споживача [30, с.156]. (Табл 1.3)

Ширина ланцюга постачання – це число паралельних маршрутів, за якими може переміщатися продукція [30, с.156].

Кращий вибір довжини і ширини ЛП залежить від великої кількості факторів. Однак, найбільший вплив мають наступні:

- ступінь контролю над логістикою в межах ланцюга постачання;
- витрати;
- якість послуг, що надаються кінцевим клієнтам, і обслуговування.

Таблиця 1.3

Типи і види ланцюгів постачання [30 , с.15]

Тип ЛП	Вид ЛП	Учасники
Короткий	–	Виробник – споживачі
	Вузький	Постачальник сировини, матеріалів – виробник – посередник – споживачі
Довгий	Помірної ширини	Постачальник сировини, матеріалів – виробник – оптовики – ритейлери – споживачі
	Широкий	Постачальники сировини та їх посередники – виробник – організація, де здійснюються операції по доведенню продукції – логістичні центри – склади – оператори-посередники – транспортно-експедиційні підприємства (компанії) – оптовики, ритейлери та інші учасники – споживачі.

Потужність ланцюга поставок – це максимальний обсяг матеріального потоку, що може пройти через нього за визначений проміжок часу.

Загальна потужність ланцюга поставок визначається тією його частиною (тією ланкою), у якої сама низька пропускна можливість, тобто сама низька потужність. Саме ця ланка і визначає «вузьке місце» ланцюга поставок і воно є проблемним в його діяльності. Звідси витікає, що одним із способів підвищення потужності ланцюга поставок є підвищення потужності в її «вузькому місці». Додавання ресурсів в інших місцях ні до чого не приведе, а тільки збільшить час незадіяні фрагментів ланцюга поставок і знизить коефіцієнт використання ланцюга поставок в цілому.

Структура ланцюгів поставок - це комбінація тісно взаємодіючих елементів. Побудова мережевої структури ланцюга поставок включає ідентифікацію учасників і бізнес-процесів ланцюга поставок, між якими необхідно встановити зв'язки, рівень інтеграції стосовно до кожного з них,

їхнє положення стосовно фокусної компанії, а також структурні розмірності мережі і її границь [65 , с.2].

Формат структури ланцюга поставок визначається на основі наступних параметрів:

1. Границі та структурні розмірності мережі.
2. Учасники ланцюга поставок.
3. Типи зв'язків між учасниками ланцюгів поставок.

Визначення границь структури ланцюга поставок часто вимагає значного часу і фінансових ресурсів для їхнього уточнення. Тому варто ретельно вивчити, чи є встановлені границі мережевої структури найбільш підходящим рішенням для підвищення здатності робити цінності, перш ніж робити відповідні інвестиції.

Обмеження структури ланцюга поставок приводить у цілому до зниження витрат, тривалості циклу і рівня помилок. У ланцюгах поставок можна обмежувати як горизонтальну, так і вертикальну структуру. Крім цього на конфігурацію впливає положення фокусної компанії щодо границь ланцюгів поставок, тому що залежно від того, яка компанія є фокусної, такою буде й структура ланцюга поставок.

Виділяються три структурні розмірності мережі [65 , с.2]:

1. Положення фокусної компанії стосовно границь структури. Центр структури може бути зміщений як убік постачальників, тобто фокусна компанія може розташовуватися ближче до початку первинного джерела поставок, так і убік дистриб'юторської мережі, тобто ближче до кінцевого споживача, а також десь у середині - між кінцевими точками всіх ланцюжків.
2. Горизонтальна структура характеризує число рівнів постачальників і споживачів у ланцюгу поставок. Чим більше рівнів у ланцюзі поставок, тобто чим більше кількість її ланок, тим він довше, і, навпаки, чим менше рівнів, тобто чим менше кількість у ланцюзі поставок, тим він коротше
3. Вертикальна структура визначається числом постачальників або споживачів, що входять у кожний рівень, тобто ланцюг поставок може мати

вузьку вертикальну структуру з невеликим числом компаній на кожному рівні або широкій вертикальній структурі, коли в кожний рівень входить багато постачальників або споживачів [65, с.2].

Границі та структурні розмірності мережі впливають на конфігурацію ланцюгів поставок, при цьому можливі різні комбінації.

Ключові учасники ланцюга поставок – це незалежні підприємства або структурні підрозділи центральної компанії (її філії або дочірні підприємства), що роблять безпосередній вплив на формування і управління бізнес-процесами, що протікають у ланцюзі поставок [65, с.3].

Допоміжні учасники ланцюга поставок – це компанії, які не роблять істотного впливу на формування і управління бізнес-процесами в ланцюзі поставок, а тільки надають частину своїх ресурсів ключовим учасникам для виконання ними своїх операцій.

Допоміжні учасники ланцюга поставок за рахунок надання власних ресурсів, знань, можливостей або активів роблять необхідну підтримку ключовим учасникам ланцюгів.

До допоміжних учасників ставляться [65, с.4]:

- банки та інші кредитні установи, які надають кредити ключовим учасникам для ведення підприємницької діяльності; платіжні системи (VISA, Master-Card і др.);
- страхові компанії; охоронні структури
- експедиторські та транспортні організації; фірми, що надають в оренду складські, виробничі або торговельні площі;
- консалтингові фірми;
- органи державної влади в особі податкових, митних і інших органів; інші державні і недержавні, комерційні і некомерційні організації.

Та сама компанія може виконувати одночасно і ключові і допоміжні функції.

Учасники ланцюгів поставок, взаємодіючи між собою, установлюють зв'язки, які по ступеню їхньої підконтрольності фокусної компанії умовно можна розділити на чотири типи [41, с.186]:

1) Керовані зв'язки між учасниками ланцюгів поставок – це зв'язки між фокусною компанією і найбільш важливими об'єктами, з погляду центральної компанії, які вона виділяє для інтегрування і управління. Фокусна компанія безпосередньо взаємодіє зі споживачами і постачальниками першого рівня, тому зв'язки із цими об'єктами є керованими. Також центральна компанія може управляти цими зв'язками в співробітництві з іншими підприємствами, що входять у ланцюг поставок.

Зв'язки, що відслідковуються, між учасниками ланцюгів поставок - це зв'язки, якими фокусна компанія не може або вважає недоцільним управляти, але здійснює моніторинг за ними в міру необхідності. Подібні зв'язки для діяльності фокусної компанії не є критичними, хоча також важливі, тому їх повинні інтегрувати і управляти ними інші компанії, що входять у ланцюг поставок. Фокусна компанія може впливати на таких учасників опосередковано через постачальників і споживачів більш близького до центральної компанії рівня.

Некеровані зв'язки між учасниками ланцюгів поставок – це зв'язки, якими фокусна компанія не може або вважає недоцільним управляти або здійснювати моніторинг за ними, тому що центральна компанія або повністю довіряє іншим учасникам управляти цими зв'язками, або через обмеженість ресурсів не може їх контролювати.

Зв'язку з об'єктами, що не входять у ланцюг поставок, – це зв'язки між фокусною компанією й об'єктами, які не входять у ланцюг поставок, але які можуть вплинути на ефективність її функціонування.

Проектування ланцюгів поставок являє собою форму регулювання та управління процесами, що протікають у рамках окремого ланцюга поставок, через розробку тимчасових параметрів цих процесів, що показують, як і коли вони повинні виконуватися.

Розрізняють три рівні планування:

1. Стратегічний рівень - довгострокове планування.
2. Тактичний рівень - середньострокове п'ятирічне планування.
3. Оперативний рівень - поточне короткострокове планування (щомісячне, квартальне, річне) [23, с.48].

Цим трьом рівням планування відповідають цілі, поставлені в рамках ланцюга поставок: цілі стратегічного рівня, цілі тактичного рівня та цілі оперативного рівня.

Планування ланцюгів поставок починається із прийняття стратегічних рішень вищого рівня: розробляється місія, корпоративна стратегія. Потім формулюються функціональні та логістична стратегії в рамках прийняття стратегічних логістичних рішень. На рівні прийняття тактичних рішень розробляються плани використання потужностей і узагальнені плани, будується основний графік. Рівню оперативних логістичних рішень відповідає побудова короткострокових графіків.

Для аналізу і проектування більшості логістичних систем і ланцюгів постачання використовується загальна схема, що складається із трьох етапів:

1. Визначення проблем і планування проекту.
2. Збір і аналіз даних.
3. Рекомендації із впровадження і реалізація проекту.(Рис.1.4.) [23, с.49]

На першому етапі відбувається виявлення проблем і оцінка техніко-економічних можливостей організації, визначаються цілі та завдання проекту. Його реалізація складається з наступних кроків:

- відбувається техніко-економічне обґрунтування проекту, виробляється концептуальна схемі аналізу, проводиться оцінка витрат і вигід. Проектування і планування ланцюга поставок починається з оцінки поточної ситуації й тих змін, які відбулися під впливом тих або інших зовнішніх і внутрішніх факторів. Подібний процес оцінки називається техніко-економічним обґрунтуванням проекту, він містить у собі ситуаційний аналіз,

вироблення концептуальної схеми аналізу проекту й оцінку співвідношення витрат і вигід;

- здійснюється планування проекту, у рамках якого визначаються цілі та обмеження, вибираються стандарти оцінки передбачуваних результатів.

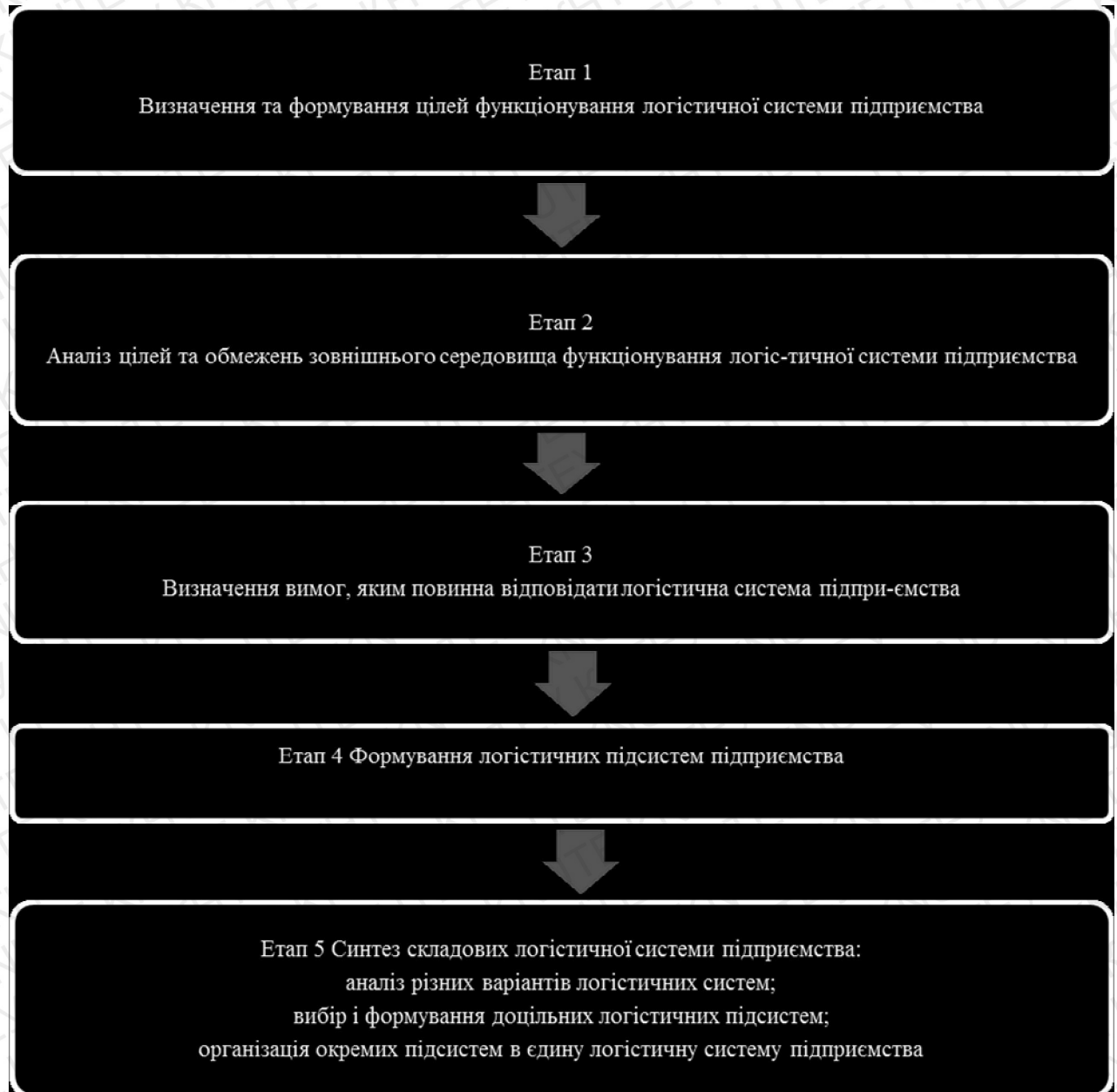


Рис.1.4 Етапи побудови логістичної системи підприємства на підставі системного підходу [55, с.132]

Цілі повинні описувати ринок або галузь або їхні окремі сегменти, часовий період і конкретні параметри діяльності, які, як правило, являють собою характеристики рівня сервісу. Визначення цілей, обмежень і методу аналізу необхідно, щоб чітко усвідомлювати власні стартові позиції й

перспективи планування. Після цього треба розробити проектне завдання, установити тимчасові рамки й ресурси на його реалізацію.

Завдання другого етапу – здійснити збір і провести аналіз даних, при цьому необхідно:

- визначити методи та техніку аналізу, виявити джерела даних і здійснити їхній збір. Основними методами аналізу є імітаційні (моделювання), оптимізаційні та аналітичні. Залежно від ситуації можна використовувати той або інший спосіб аналізу даних;
- після того як удалося переконатися в надійності обраного методу аналізу, можна переходити до оцінки варіантів. Для цього на підставі отриманих даних проводиться первинний аналіз проекту, аналіз чутливості та аналіз альтернатив. При цьому необхідно розглянути всі можливі модифікації ситуації й оцінити життєздатність при зміні таких неконтрольованих факторів, як попит, структура капіталу або дії конкурентів.

На третьому етапі відбувається вироблення рекомендацій із впровадження проекту і остаточного плану його реалізації. Звичайно проводиться остаточна оцінка витрат і вигід, а також аналіз ризиків обраного проекту.

За результатами проведених досліджень розробляються рекомендації із впровадження проекту, при цьому вирішуються наступні завдання: виявляється кращий варіант, проводиться оцінка його витрат і вигід, оцінюються можливі ризики при його впровадженні.

Серед типових джерел ризику можна виділити такі як: невизначеність і мінливість попиту, людський фактор (непередбачуваність поведінки конкурентів і співробітників, нестабільність продуктивності праці), зміна стратегії окремих учасників ланцюга поставок, зміни в доступності ресурсів. Для здійснення управління всіма цими ризиками їм потрібно дати кількісну і якісну оцінку.

Підсумкове завдання проектування полягає в його впровадженні таким чином, щоб при цьому окупилися всі витрати на саме стратегічне планування. Ця процедура складається із чотирьох основних етапів: розробки плану впровадження, складання графіка реалізації проекту, визначення критеріїв прийнятності результатів і реалізації.

Отже, логістичний ланцюг формується на засадах кооперації постачальників сировини, матеріалів, покупних частин, перевізників, складських підприємств, посередників, виробників, виробників-субпідрядників, підприємств та організацій дистрибуційної мережі, споживачів з метою спільної координації їх діяльності в координатах простір — час.

Вимоги, які висуваються до формування логістичних систем: інтеграція систем контролю за рухом номенклатури матеріальних ресурсів і їх використанням; забезпечення ефективної взаємодії і погодженості побудови та функціонування елементів логістичної системи. Інтеграція ланок логістичного ланцюга в єдину систему перелічені фактори діють на структуру ланцюга поставок комплексно. Не можна при створенні чи розвитку ланцюга поставок робити наголос тільки на одному.

1.3 Методичні підходи до оцінювання ефективності ланцюгів поставок

Від ефективного управління ланцюгами постачань залежить конкурентоспроможність та успішність підприємства. Тому необхідно постійно вимірювати та визначати ефективність ланцюга постачання. Для цього дуже важливо розробити та застосовувати єдину систему оцінювання ланцюга постачання в межах системи управління ним. (Табл.1.4.)

За нище наданими даними, для ефективного управління логістичними ланцюгами, потрібно приділяти увагу збільшенню стабільності попиту, шляхом синхронізації бізнес-процесів, постійно оновлювати інформацію щодо страхових запасів, постійний моніторинг всього ланцюга постачання та ліквідація невизначеності в процесі закупівля.

Таблиця 1.4.

Ознаки ефективного управління логістичними ланцюгами торговельних мереж [22, с.104]

Напрями підвищення ефективності	Джерела підвищення економічної ефективності
Збільшення кількості замовлень та підвищення стабільності попиту	Підвищення точності планування за рахунок єдиних інформаційних каналів, синхронізації бізнес-процесів. спільного прогнозування попиту, скорочення часу виведення нових виробів на ринок
Зменшення страхових запасів	Заміна запасів точною інформацією
Зменшення ризиків та підвищення надійності планів і постачання	Підвищення якості оперативного управління за рахунок безперервного моніторингу всього ланцюга постачання, своєчасного визначення відхилень і порушень в ланцюгу постачань
Зменшення витрат	Скорочення частини витрат на маркетинг і логістику за рахунок ліквідації бізнес-процесів, пов'язаних із невизначеністю в закупівлях, складуванні та збуті

Розглянемо визначення терміну ефективність логістичного ланцюга. Як зазначають автори [24, с.191], «Ефективність логістичної системи – показник чи система показників, які характеризують рівень якості функціонування логістичної системи при заданому рівні загальних логістичних витрат». Аналіз терміну ефективність логістичної системи, логістичного ланцюга розглядали різні автори [27, с.559], які під ефективністю розуміють повноту і якість вирішення завдань, виконання логістичною системою свого призначення. Це співвідношення між еталонним показником результату функціонування логістичного ланцюга та фактично реалізованим.

А. Харрісон і Р.В.Хоук пропонують використовувати вісім показників оцінки ефективності ланцюгів постачання [42, с.82]:

- вхідний потік: в повній мірі, вчасно та у відповідності до вимог;

- вихідний потік: вчасно і в повному об'ємі – критерій оцінки виконання замовлень клієнта – в повній мірі, вчасно та у відповідності до вимог;
- внутрішній відсоток браку: критерій відповідності процесу технічним вимогам і контролю якості;
- коефіцієнт введення нової продукції: критерій оцінки чутливості ланцюга постачання до нової продукції;
- скорочення витрат: критерій оцінки беззбитковості розробки продукції та процесів;
- швидкість обороту товарних запасів: критерій оцінки потоку товарів у ланцюгу постачання;
- час із моменту замовлення до моменту доставки: критерій чутливості ланцюга постачання до процесів;
- гнучкість бюджету: критерій, що показує, наскільки легко структурувати ланцюг постачання для отримання фінансових переваг.

Для детального аналізу ефективності функціонування підприємства використовується ряд коефіцієнтів, які, як правило, згруповані таким чином, щоб показати конкретні характеристики функціонування. Коефіцієнти можна об'єднати в такі групи: коефіцієнти рентабельності; коефіцієнти ефективності (на які можуть впливати логістичні рішення, особливо для ефективного управління логістичним ланцюгом постачання). Показники даної групи коефіцієнтів дозволяють вимірювати на скільки ефективно торговельна мережа управляє постачаннями, внутрішніми потоками матеріалів, запасами, фізичною дистрибуцією; коефіцієнти фінансової структури; показники функціонування [42, с.84].

Важливим показником оцінки ефективності функціонування логістичного ланцюга є прибуток, що отриманий від використання того чи іншого логістичного ланцюга, в якому відображаються результати всієї логістичної діяльності.

Багато науковців головним критерієм ефективності логістичних ланцюгів вважають логістичні витрати та мінімізацію даних витрат з збереженням необхідного рівня сервісу у всьому логістичному ланцюзі. Тому найбільшого розповсюдження отримали такі критерії оцінювання: сукупні витрати, які виражаються або загальною сумою логістичних витрат, або сумою витрат з розрахунку на одиницю продукції; задоволення споживачів (якість), так як рівень логістичних витрат важко виокремити із загальних витрат підприємства, доцільно використовувати показники якості і орієнтуватися на якісне надання послуг; час (можливість реагувати на термінові запити торговельного підприємства: час комплектування замовлень, час доставки), активи (оцінюють ефективність використання капіталу, показують швидкість обороту обігових коштів) [24, с.49].

Ефективне управління логістичними витратами передбачає організацію дієвої системи їх контролю. Рекомендації щодо контролю над логістичними витратами полягають у таких твердженнях [24, с.52]:

1. Зусилля необхідно концентрувати на контролі витрат у місцях їх виникнення.
2. Ефективним шляхом до скорочення витрат є скорочення недоцільних видів діяльності.
3. Ефективний контроль над витратами вимагає, щоб діяльність підприємства оцінювалась в цілому, при цьому потрібно мати уявлення про результати діяльності у всіх функціональних сферах логістики.

Отже, доставка продукції повинна виконуватись із мінімальними витратами, що можна відобразити у вигляді математичної функції [24, с.53]:

$$Z_{i,c,n,t,r} \rightarrow \min$$

$$A_{i,c,n,t,r} = B_{i,c,n,t,r}. \quad (1.1)$$

де Z - витрати на постачання продукції; A - потреба споживачів, в грошовому виразі; B - фактичний об'єм поставленої продукції, в грошовому виразі; i - вид продукції; c - якість, відповідно умовам постачання; n -

кількість продукції; t – термін постачання; r – район постачання. Показником ефективності функціонування логістичного ланцюга постачання може бути інтегральний критерій оптимальності, або критерій мінімуму загальних витрат цього ланцюга. Таким чином, узагальнюючий показник можна представити в наступному вигляді [24, с.53].

$$E = \sum Q_{i,j,k} - \sum A_3 \quad (1.2.)$$

де: $Q_{i,j,k}$ – об'єм логістичної послуги по i -тій операції j -ї функції k -го замовлення; A_3 - логістичні витрати по i -тій операції j -ї функції k -го замовлення. Також для оцінювання ефективності можна використовувати два види показників: кількісні та якісні. Для оцінки ефективності управління ланцюгами постачання за якісними показниками необхідно приймати до уваги наступні фактори: надійність логістичного ланцюга постачання (що включає її керованість і прогнозованість та передбачає надійність термінів постачання, наявність товару у постачальника, надійність попиту); виконання умов за терміном виконання на всьому ланцюгу постачань; рівень сервісу; контроль витрат (грошових, часових); взаємозв'язок логістичного процесу з процесом планування продажів; лояльність постачальників. Що стосується кількісних показників, тут оцінка ефективності ланцюгів постачання повинна бути багатокритеріальною і по кожному критерію доцільно вираховувати питому вагу до загального показника ефективності.

Узагальненням передових досягнень є забезпечення управління ланцюгами постачання концепції SCM в справі методичного та інформаційного вважається SCOR-модель (supply-chain operations reference-model - рекомендована модель операцій в ланцюгах постачання), запропонована міжнародною організацією - Радою по ланцюгах постачання (The supply-chain council - SCC) [43, с.143].

Модель забезпечує графічне представлення ланцюга постачання і мережевої структури інтегрованого бізнесу з точки зору руху матеріального потоку в виробничому циклі товару. Крім того, Supply Chain

Operations Reference (SCOR)- модель є ефективним інструментом діагностики ланцюга постачання, дозволяє виявити "вузькі місця" і представити можливі альтернативні варіанти побудови логістичної системи компанії [43, с.144].

Складові SCOR- моделі з яких складаються етапи управління поставками [43, с.145]:

- Планування (PLAN).
- Закупівля (SOURCE).
- Виробництво (MAKE).
- Доставка (DELIVER).
- Повернення (RETURN).

Отже, визначальними для досягнення ефективності є такі основні напрямки:

- єдина орієнтація на процес планування і керування всіма потоками: інформаційними, транспортними, матеріальними, фінансовими – вздовж всього ланцюга створення вартості;
- інтеграція всіх партнерів по ланцюгу створення вартості для вирішення загальних стратегічних завдань;
- усунення інформаційних перепон між узгодженими областями планування, керування і створення інструментарію сучасних інформаційних і комунікаційних систем (мереж), покликаних забезпечити безперебійний і наскрізний рух інформаційного потоку відповідно до потреб ринку.

Для того, щоб визначити ефективність організації процесу постачання на підприємстві необхідно вирішити такі завдання:

- проаналізувати інформацію про постачальників та ринок, у ході якого необхідно вивчити наявність договорів на постачання певного виду обладнання, умови цих поставок та обґрунтувати доцільність укладення таких договорів, порядок розрахунків за ними та їх забезпеченість;
- проаналізувати забезпеченість товаром;

- проаналізувати складське господарство та нормативи зберігання товару, під час якого слід перевірити обґрунтованість діючих норм зберігання та потреб у замовленнях, що передані для виконання постачальникам;
- змоделювати стратегію ресурсного забезпечення.

Так, за допомогою наведених вище якісних та кількісних критеріїв оцінки ефективності логістичного ланцюга можливо визначити рівень витрат на окремих ланках ланцюга, що допоможе розрахувати загальний ефект та показник ефективності логістичного ланцюга.

Отже, робимо висновок, що ефективність логістичного ланцюга (логістики підприємства) варто розраховувати як співвідношення прибутків, отриманих від впровадження (використання) логістики на підприємство або прибутків отриманих безпосередньо від використання певної ланки до логістичних витрат. Дану ефективність потрібно розраховувати як добуток показників ефективності за кожною ланкою окремо за виключенням додаткових витрат.

1.4 Стан та тенденції розвитку ринку дитячих іграшок в Україні

Стабільне зростання продажу дитячих товарів в Україні відзначене з 2010 року середини 2018 року [28, с.6]. Так, сучасний ринок дитячих товарів оцінюється в 25 млрд доларів. Державна фінансова підтримка при народженні дитини також стимулює продаж товарів для дітей.

Незважаючи на постійне зростання, ринок роздрібної торгівлі дитячими товарами, іграшками, в Україні ненасичений, а конкуренція серед гравців порівняно низька, що свідчить про його перспективність. Основними учасниками ринку іграшок в Україні є Будинок іграшок, Антошка, Чіссо, Чудо острів, інтернет магазини, базари, гіпермаркети. За даними опитування Асоціації Рітейлерів України, 55% споживачів купують іграшки дітям в мережі «Антошка», 30% - в «Будинок Іграшок» [28, с.7]. Результат опитування зображений на Рис.1.5

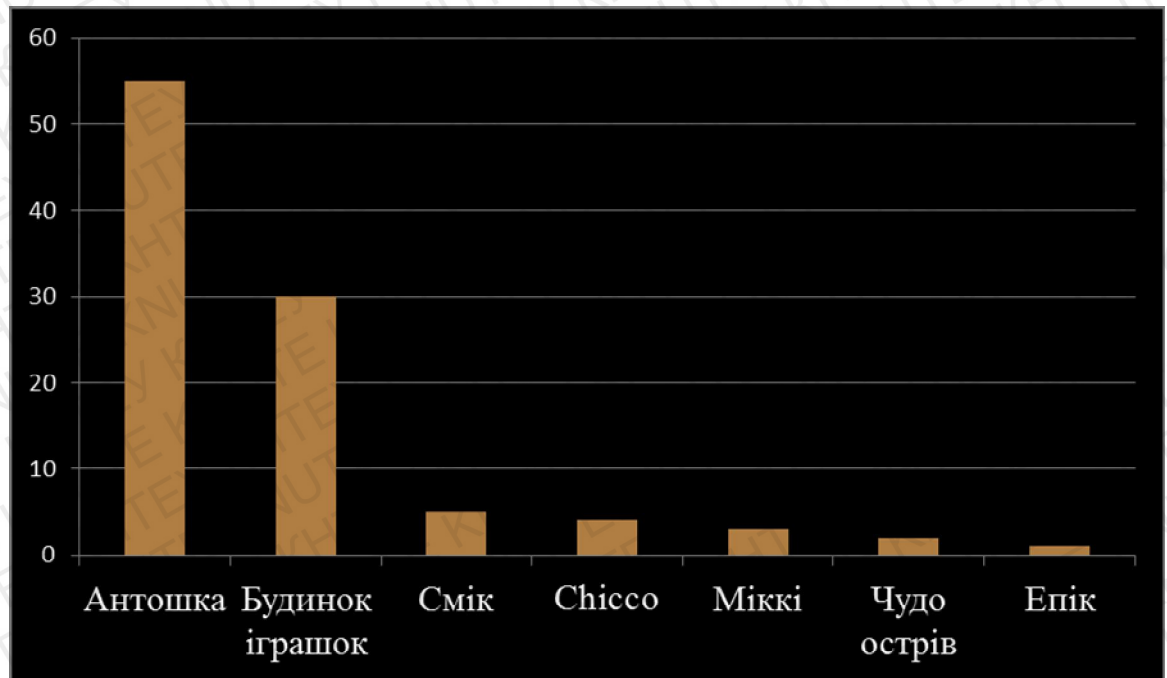


Рис.1.5. Частка компаній на ринку дитячих іграшок за результатами опитування, 2017 [28, с.7]

Із інтеграцією України в інформаційне суспільство, все більшу ринкову силу в галузі іграшок почали отримувати інтернет-магазини, оскільки для представників інформаційного суспільства вони перетворюються на експертів []. Так, останнім часом власні інтернет-магазини почали відкривати практично всі іграшкові мережі, їх мають, наприклад, «Будинок іграшок», «Антошка». На сьогоднішній день працює багато інтернет-магазинів, що пропонують ціни нижче, ніж у традиційному роздробі, таким чином перехоплюючи не надто заможних покупців.

Асортимент продукції на ринку дитячих товарів достатньо широкий. Він включає наступні товарні групи:

- іграшки розвиваючі початкові руху і сприйняття;
- іграшки, що знайомлять дітей з навколишнім їх середовищем і природою;
- іграшки, які фізичному розвитку дітей;
- іграшки, що знайомлять дітей з елементами науки і техніки;
- дидактичні іграшки;

- іграшки, що знайомлять дітей з елементами науки і техніки;
- іграшки, що знайомлять дітей з трудовими процесами і прищеплюють початкові трудові навички;
- іграшки, які художньому та музичному розвитку дітей;
- іграшки-забави;
- настільні ігри.

Розглянемо ринок настільних ігор, більш детально. У процентному співвідношенні більше половини асортименту настільних ігор виробляється іноземними виробниками.

Ринок іграшок щорічно зростає на 2-3 % в рік. Так, за даними Державної служби статистики України, продажі в сегменті «Ігри та іграшки» в останні три роки показували позитивну динаміку [63, с.130]. (Рис.1.6.)

При цьому зростають темпи продажу різних розвиваючих іграшок, таких, як настільні та інтерактивні ігри, та знижуються темпи продажів іграшок на військову тематику. Змінюються і критерії вибору продукції для дітей. Якщо раніше багато батьків у першу чергу звертали увагу на зовнішній вигляд і вартість товару, то зараз на першому місці стоїть безпека виробу, що, за думкою споживачів, пов'язано із відомістю торгової марки, країни виробництва, віддають перевагу вітчизняним і європейським виробникам, наявністю сертифікату якості і гігієнічних висновків. Автором було досліджено споживчі переваги у виборі настільних ігор [Розділ 3, пункт 1.3].



Рис.1.6. Обсяги продажів ігор та іграшок на українському ринку в тис.грн [63, с.130]

Головною мотивацією при виборі продукції споживачами є турбота батьків про здоров'я своїх дітей, що стає запорукою готовності споживачів платити за якісний товар. Такий підхід споживачів, як переважно логічний спосіб вибору дитячих товарів на відмінну від емоційного способу [63, с.131], позначився на структурі асортименту.

Якщо декілька років тому близько 70 % ринку дитячих товарів належало «стихийним базарам», які пропонували недорогі китайські вироби, то зараз біля половини ринку дитячих товарів належить спеціалізованим магазинам. Однак, значна частка ринку і досі знаходиться в тіні. Через це, назвати точний обсяг ринку вкрай складно. Деякі експерти визначають обсяг ринку дитячих іграшок в 400 млн дол. США. [1].

У I кварталі 2018р. експорт товарів становив 830,4 млн. дол. США, імпорт – 426,0 млн. дол.. Порівняно із I кварталом 2017р. експорт збільшився на 22,9% (на 154,6 млн. дол.), імпорт – на 53,9% (на 149,1 млн. дол.). Позитивне сальдо становило 404,4 млн. дол. (у I кварталі 2017р. також позитивне – 398,8 млн. дол.). Коефіцієнт покриття експортом імпорту склав 1,95 (у I кварталі 2017р. – 2,44). Завдяки освоєнню нових видів

конкурентоспроможної та експортоорієнтованої продукції область розширює зовнішні ринки збуту: зовнішньоторговельні операції проводились із партнерами із 125 країн світу [1].

При цьому імпорт становить близько 80 %: з них 60 % - продукція вироблена в Китаї, інші 20 % припадають на продукцію з Бельгії та Сполучених Штатів Америки; 15 % іграшок виробляють у країнах СНД. Частка вітчизняного виробника на ринку іграшок дуже незначна - всього 15 %. [1] (Рис.1.7.)

Українські виробники іграшок достатньо дрібні. За різними оцінками їх менше ста в Україні. В основному, це фізичні особи-підприємці, які виробляють м'які та пластмасові іграшки. Великих підприємств, які спеціалізуються на виробництві іграшок, в країні одиниці.

Однак в останні пару років, коли в Україні посилюлися патріотичні настрої, ринок став поповнюватися все новими вітчизняними підприємцями. Так, наприклад, в 2014 році було створено українську асоціацію індустрії іграшок.

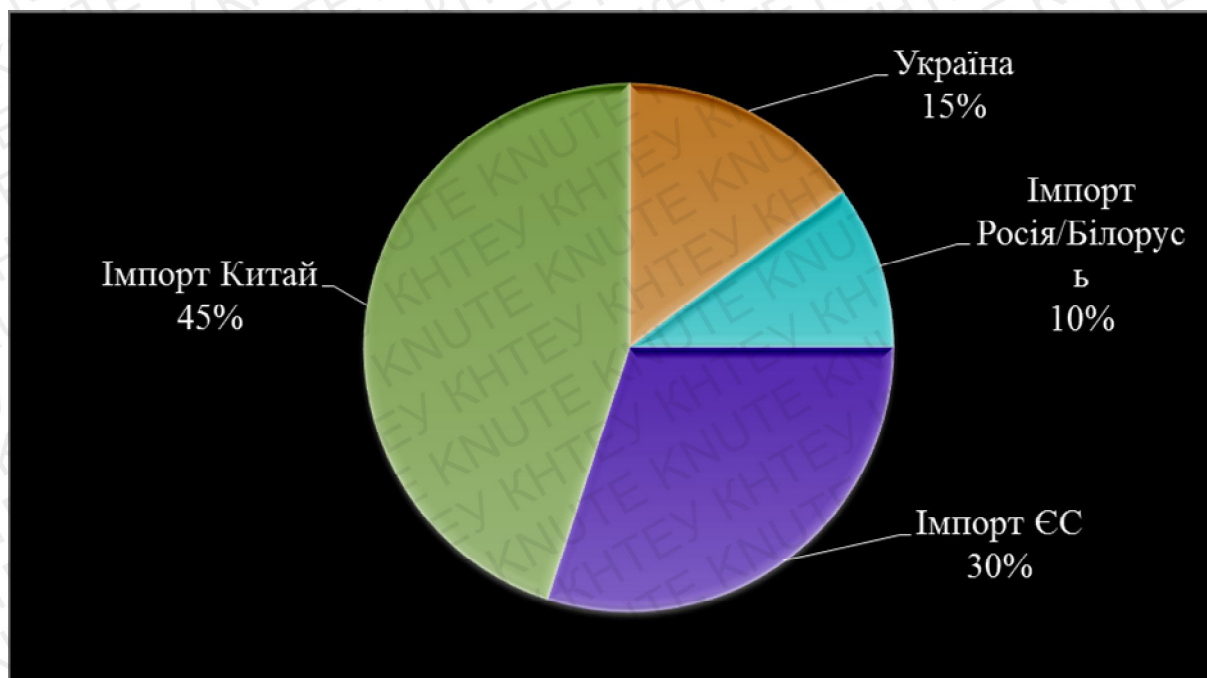


Рис.1.7. Структура ринку дитячих іграшок за країнами-виробниками в Україні, % за 2017 рік [1]

Українська асоціація індустрії іграшок – це спільнота однодумців, яка покликана впровадити цивілізовані правила ведення вітчизняного іграшкового бізнесу та об'єднати зусилля для розвитку в Україні ринку якісних дитячих іграшок [72].

Місія УАІ Розвиток ринку якісних дитячих Іграшок, які відповідають високим міжнародним стандартам якості [72].

Ціль УАІ Об'єднати зусилля всіх Учасників Індустрії для сприяння її соціальному та економічному розвитку. Сприяти максимальному задоволенню потреби Дітей у якісних Іграшках [72].

Задачі УАІ Формування стратегії розвитку Індустрії з урахуванням соціальної та економічної ситуацій у Країні і Світі.

- Сприяння інтеграції українського ті міжнародних ринків для формування цивілізованого ринку Іграшок в Україні, що відповідає високим світовим стандартам.
- Розробка та реалізація цільових програм для розвитку Індустрії Іграшок.
- Лобіювання інтересів Учасників Асоціації та всієї Індустрії.
- Здійснення інформаційного обміну між Учасниками Асоціації.
- Проведення досліджень та надання інформаційно-консультаційної підтримки.
- Організація та проведення всеукраїнських та регіональних подій.

«Ринок іграшок в Україні» – єдина галузева подія в Україні, покликана підвищувати рівень професіоналізму, якості та свідомості українських компаній, що займаються виробництвом, дистрибуцією та продажами іграшок для дітей [72].

Серед учасників конференції - представники брендів: KiddiSvit, Paritet Service, Apple Consulting, Smarty Family, Ranok Creative, Fedoriv, Art Nation, FILM.UA, Pampik.com, SingularityU Kyiv, ТойДіКо Україна, Нова пошта, Mr. Playwood.

Позитивна динаміка розвитку вітчизняного виробництва іграшок свідчить про те, що на сьогодні насичення внутрішнього споживчого ринку власною продукцією є реальною перспективою як для існуючих вітчизняних виробників, так і інших вітчизняних виробництв, що тільки планують виходити на український ринок, тому що галузь продовжує активно розвиватися та залишається інвестиційно привабливою.

Основні виробники настільних ігор представлені на українському ринку:

- Українські виробники: ТОВ «Ranok Creative», ТОВ «БОНТОЙ», ТОВ «KIDDISVIT», «FeelIndigo», ТОВ «ЛЕВЕНЯ», ТОВ «Бельвіль», «Joy Band», «Той-Той».
- Зарубіжні виробники: «Mattel» (США), «Hasbro» (США), «Spin Master» (США), «Trefl» (Польща), «Hobbyworld» (Росія), «Granna» (Польща), «Tactic» (Фінляндія), «Smart Games» (Бельгія).

Зауважимо, що Ranok Creative, KiddiSvit та Paritet Service є учасниками УАП і являються вітчизняними виробниками, які експортуються на світовий ринок.

Загалом, є вітчизняні виробники, які експортують свою продукцію на світовий ринок, складають близько 20%, це : ТОВ «Ranok Creative», «FeelIndigo», ТОВ «ЛЕВЕНЯ», ТОВ «KIDDISVIT». (Рис 1.8.)

Країнами-імпортерами настільних ігор є США, Німеччина, Італія, Франція, Іспанія, Польща, Нідерланди, Фінляндія, Бельгія.

Розвиток світового ринку іграшок та ігор визначається двома важливими чинниками – швидким розвитком електроніки та зміною демографічної ситуації. У світі спостерігається зниження народжуваності в розвинених країнах і більш ранній, ніж раніше, розвиток дітей. Тому комерційний успіх підприємств усе більше залежить від інноваційності продуктів і добре організованих маркетингових кампаній.

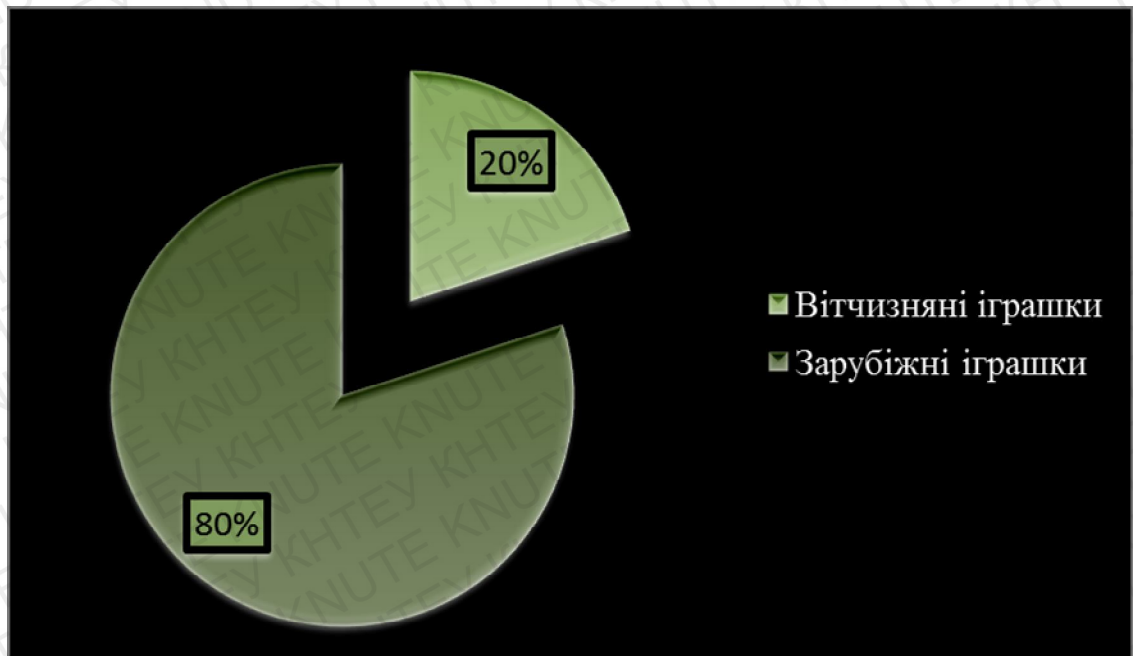


Рис 1. 8. Експорт вітчизняного виробництва іграшок на світовий ринок
[Джерело: складено на базі матеріалів (Структура ринку дитячих іграшок за країнами-виробниками в Україні, % за 2017 рік)]

Світовий ринок іграшок має таку структуру: 38% – Америка, 30% – Європа, 26% – Азія, 4% – Африка, 2% – Океанія. (Рис.1.9)

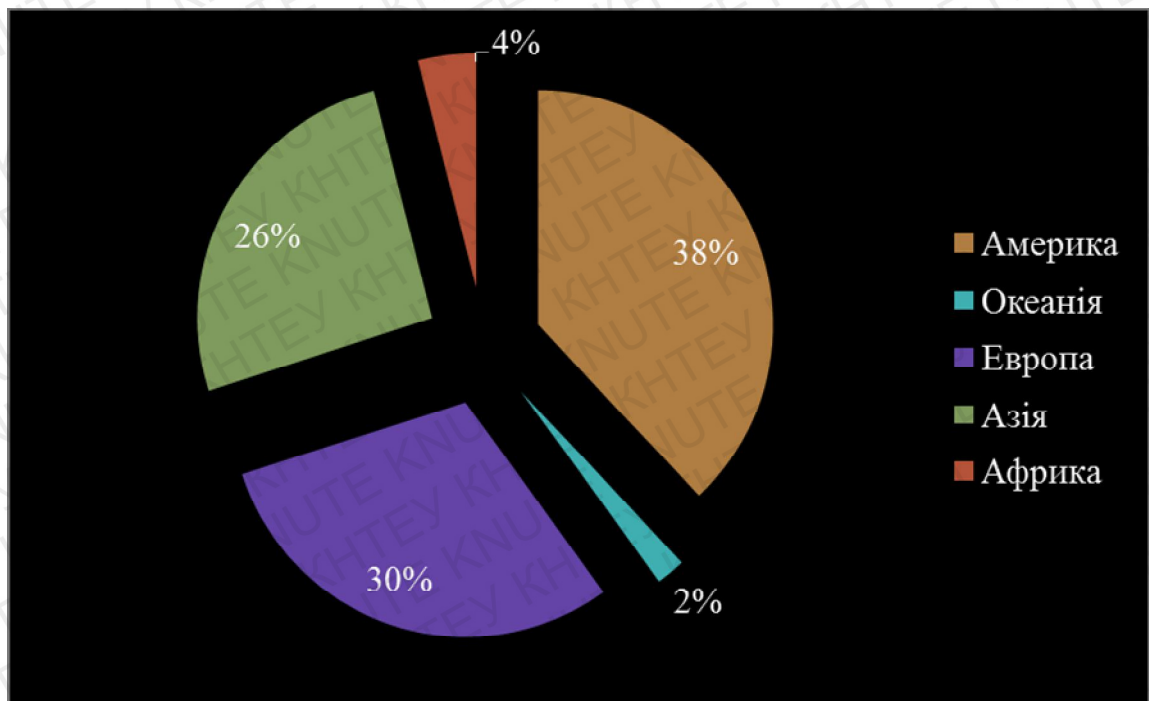


Рис.1.9. Структура світового ринку іграшок за регіонами, % [31]

Отже, ринок дитячих іграшок є одним з найперспективніших напрямів бізнесу. Ринок дитячих іграшок зростає в середньому на 2-3% в рік. Споживачі почали надавати перевагу розвиваючим іграшкам від відомих брендів.

Проведений аналіз тенденцій ринку дитячих товарів в Україні дозволив виокремити основні тенденції та перспективи розвитку окремих сегментів дитячого ринку в Україні. Правильне використання даної інформації може створити шляхи швидкого виведення українських підприємств з економічної кризи.

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ТА НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ФОРМУВАННЯ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАВОК НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА»

2.1. Аналіз системи організації та функціонування ланцюгів поставок на ТОВ «Альфа-Забава»

ТОВ «АЛЬФА–ЗАБАВА» - це мережа «Будинку іграшок». Будинок іграшок - найбільша українська мережа магазинів іграшок. ТОВ «АЛЬФА–ЗАБАВА» є одним із провідних ритейлерів на ринку іграшок. За даними асоціації ритейлерів України, вже другий рік поспіль, Будинок іграшок (БІ) - кращий ритейлер у сегменті товарів для дітей [66]. Компанія є найбільш стабільною, надійною і прогресуючою мережею іграшок. На фірмі працює близько 650 співробітників. Досьє компанії наведено на рис.2. 1. .

Мета підприємства - дарувати, дивувати і трішечки дуріти, наповнюючи життя позитивними емоціями. Як зазначили представники компанії : «Ми віримо, що дорослих не існує, тому асортимент магазину "Будинок іграшок" настільки широкий, що знайти відповідну іграшку можна як для новонародженої дитини, так і для дорослого» [66].

Цінності мережі «Будинок іграшок» - ми віримо, що самий кращий подарунок - той, що робить щасливою дитину! Ми хочемо, щоб батьки були героями для своїх дітей! Ми допомагаємо батькам будувати стосунки з дітьми! [66].

З моменту свого заснування, а це вже близько 20 років тому, компанія стала серйозним конкурентом на ринку іграшок та нараховує більше 52 магазинів по Україні, охоплює більше 18 міст: Київ, Бориспіль, Харків, Львів, Вінниця, Житомир, Кривий ріг та ін. Мережа БІ йде в ногу з сучасними інформаційними технологіями та створила інтернет-магазин, який активно розвивається вже близько 8 років.

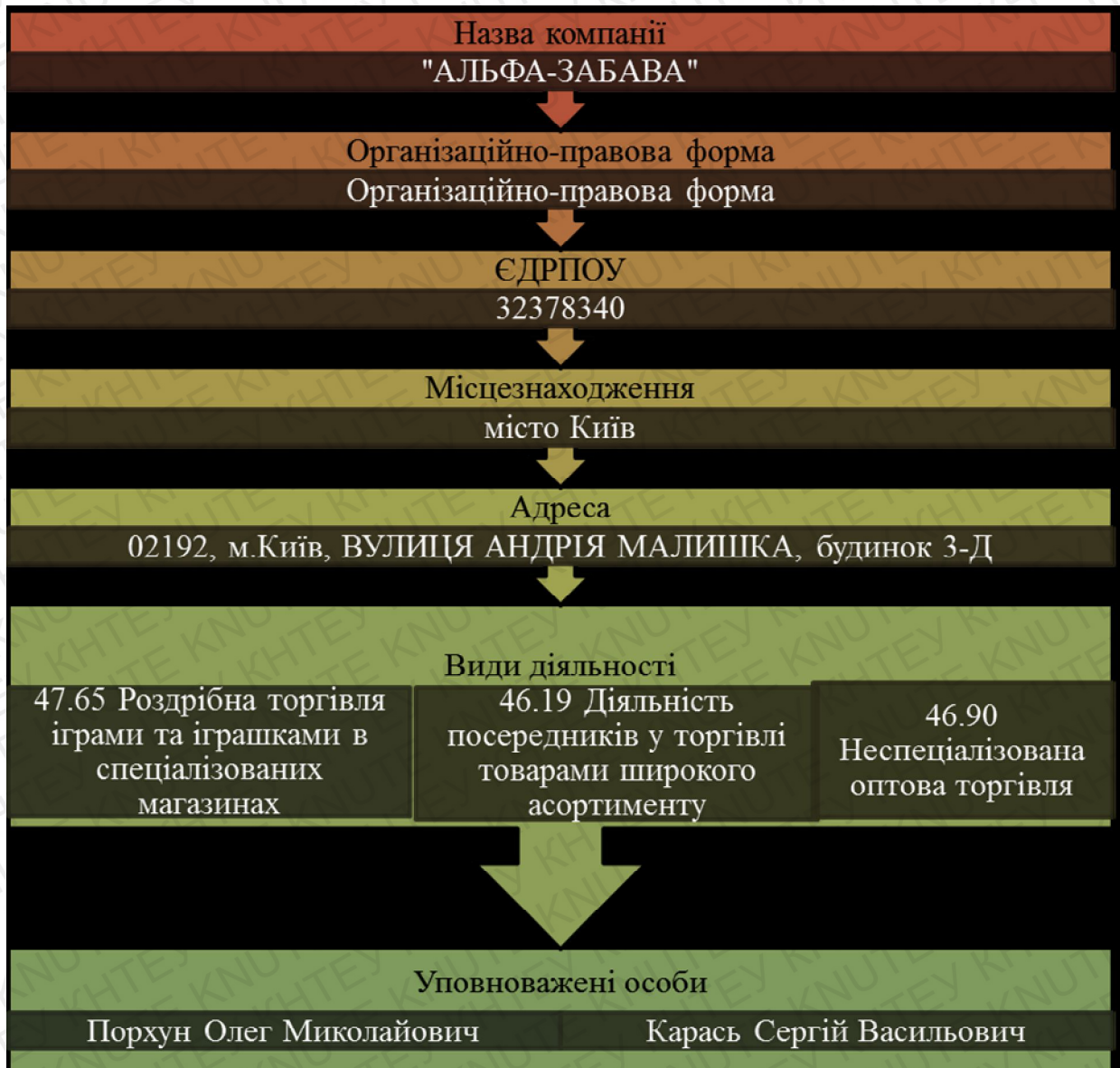


Рис.2.1. Досьє компанії ТОВ "АЛЬФА-ЗАБАВА"

Закупівельна діяльність досліджуваного підприємства ведеться шляхом тендерів – підприємство проводить відкриті та закриті закупівельні процедури, які направлені на придбання потрібних товарів, робіт, послуг та запрошує постачальників до участі в закупівельних процедурах.

Підприємство має свій логістичний відділ, який відповідає за постачання товарів на підприємство.

Основною функцією відділу є вчасно і без перевищення розміру бюджету постачати товар та обладнання для задоволення потреб споживачів.

Перед відділом логістики поставлені такі завдання:

- оперативне планування закупівлі товарів у постачальника;

- формування каналів постачання;
- ведення переговорів з постачальниками щодо їх цінової і збутової політики, а також з інших питань оптимізації постачання іграшок на підприємство;
- оформлення замовлень постачальникам і контроль їх виконання;
- ведення платіжного календаря витрат грошових коштів;
- контроль розрахунків з постачальниками.

Організаційна структура відділу логістики ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА» має підрозділи, в яких кожен спеціаліст відповідає за свій відділ : відділ закупівлі, відділ перевезень, складський комплекс, відділ збуту.

Відділ закупівлі відповідає за:

- ✓ дослідження ринків закупівель;
- ✓ пошук постачальників;
- ✓ планування закупівель;
- ✓ здійснення закупівлі іграшок;
- ✓ управління складськими запасами тощо.

Складський комплекс забезпечує:

- ✓ зберігання та облік іграшок;
- ✓ зберігання інших матеріальних цінностей;
- ✓ комплектацію замовлень на виробництво;
- ✓ ведення документообігу.

Відділ організації перевезень відповідає за:

- ✓ дослідження ринків перевізників та інших логістичних операторів;
- ✓ пошук перевізників;
- ✓ організація та супровід перевезень.

Відділ збуту займається організацією постачання; контролює оплати; займається плануванням виробництва.

Управління процесом постачання на ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА» відбувається поетапно (рис.2.2.)

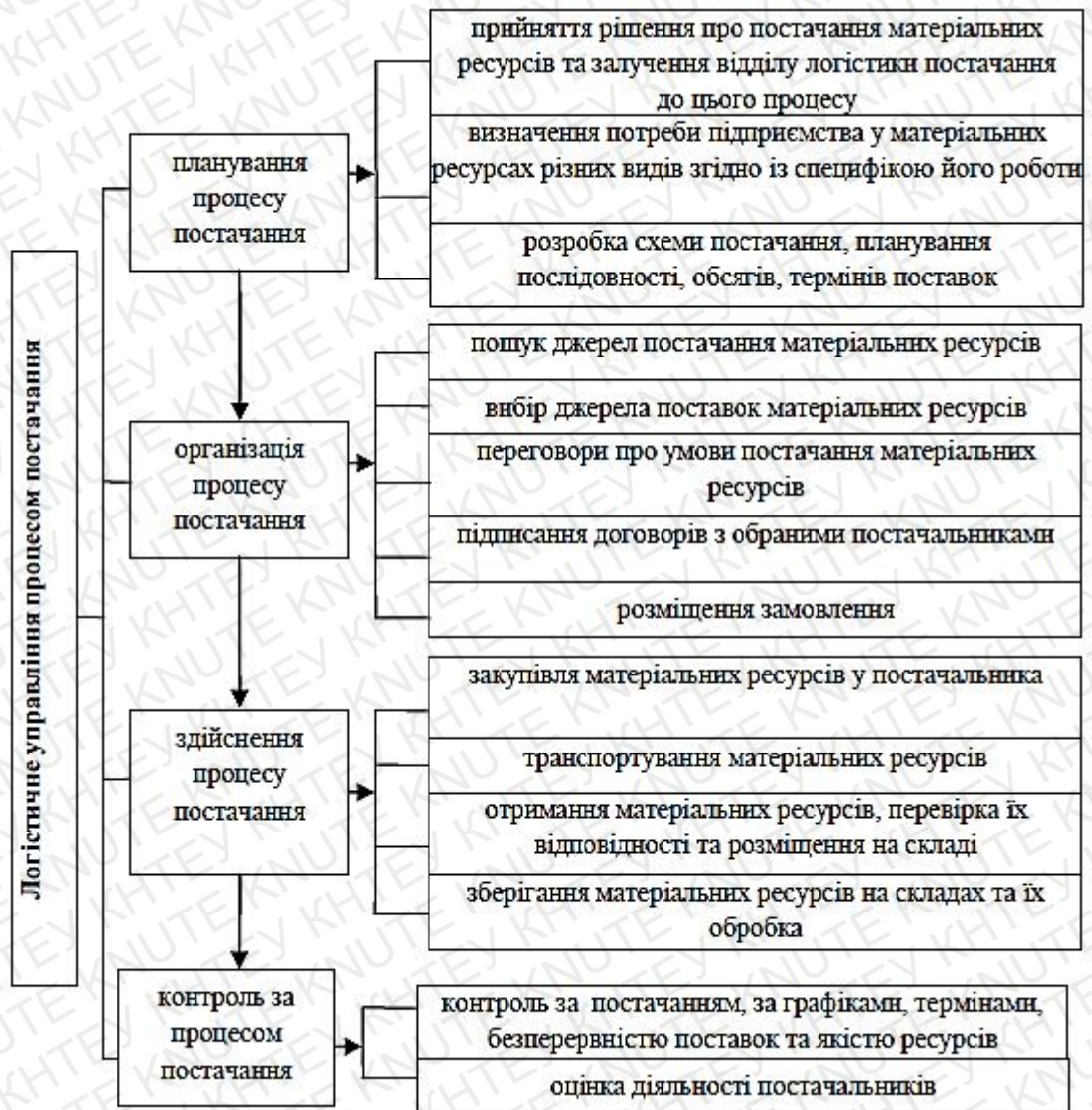


Рис.2.2. Етапи логістичного управління процесом постачання ТОВ «Альфа-Забава» [20, с.169]

Перший етап - планування процесу постачання розпочинається із встановлення потреби в матеріальних ресурсах і визначення величини завезення кожного виду, розміру товару та розрахунок балансів матеріально-технічного забезпечення [20, с.169].

Другий етап - організація процесу постачання. Включає в себе збір інформації про необхідну продукцію, участь у ярмарках, виставках-продажах, аукціонах тощо. Аналіз всіх джерел задоволення потреб в матеріальних ресурсах з метою вибору найбільш оптимального, укладання з постачальниками господарських договорів на поставку продукції, одержання

й організацію завезення реальних ресурсів, організацію складського господарства, забезпечення цехів, дільниць, робочих місць необхідними матеріальними ресурсами [20, с.169].

Процес постачання, який передбачає проведення заходів щодо закупівлі, транспортування, складування матеріальних ресурсів та їх належного зберігання.

ТОВ «АЛЬФА–ЗАБАВА» уважно підходить до вибору постачальника, зважає на імідж постачальника, характеристики товару, цінову політику, та якість виконання замовлення постачання. Підприємство працює тільки з офіційними виробниками і постачальниками, які надають сертифікати достовірності на іграшки.(Додаток А - И)

Метод закупівлі товару на фірму здійснюється щомісячним та гуртовим способом. Підставою для закупівлі товарів на підприємство, є: дослідження споживчого попиту, розрахунок кількості замовлення товарів, моніторинг рівня запасу товарів.

Підприємство ретельно підходить до вибору постачальника. Вибір складається з декількох етапів:

1. Пошук потенційних постачальників. Підприємство оголошує конкурсні торги, організовує тендер; вивчає рекламні матеріали: фірмові каталогів, оголошення у засобах масової інформації; відвідує виставки і ярмарки; влаштовує письмові переговори між постачальником і споживачем;
2. Проводить аналіз потенційних постачальників: вартість придбання продукції або послуг; якість обслуговування; надійність постачання; віддаленість постачальника від споживача; терміни виконання замовлення; умови оплати; мінімальний розмір партії товару; повнота асортименту; наявність сервісного обслуговування; фінансове становище постачальника, його кредитоспроможність.
3. Оцінка результатів роботи з постачальниками проводиться методом ранжування та за допомогою ABC та SWOT – аналізу .

Товар на підприємство постачають як на пряму в магазин, так і через роздрібний склад. Зважаючи на масштаби підприємства ТОВ «АЛЬФА–ЗАБАВА» та кількість виробників, ланцюги поставок на підприємстві є помірно широкими. Схема постачання відбувається таким чином (Рис.2.3):

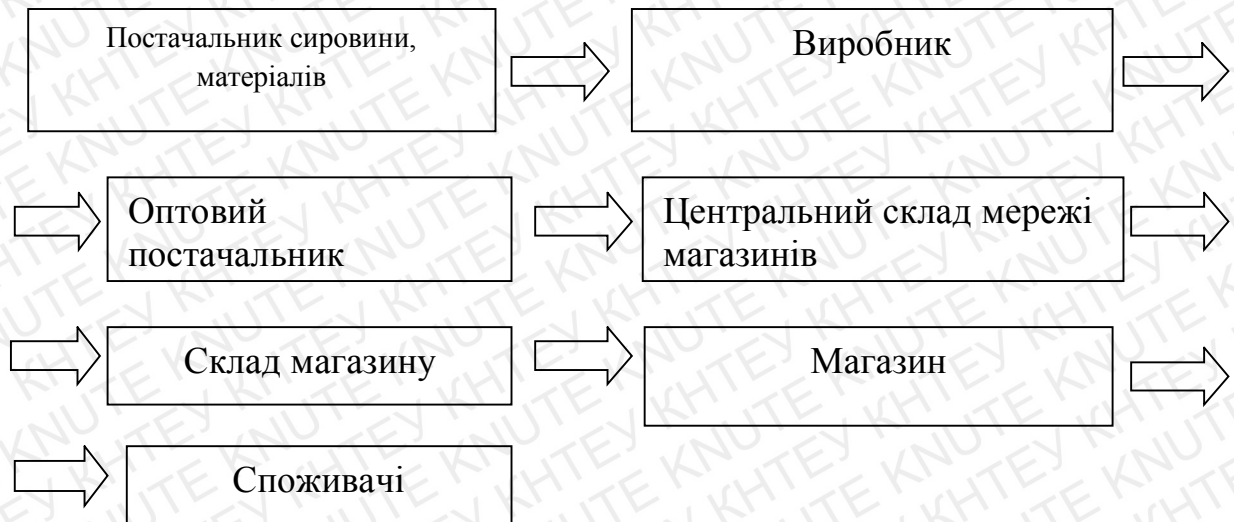


Рис 2.3. Конфігурація ланцюга постачання іграшок на підприємство

Джерело: складено на базі метеріалів [20, с.169]

Постачальниками ТОВ «АЛЬФА–ЗАБАВА» у сегменті настільних ігор є: ТОВ «Ranok Creative», ТОВ «БОНТОЙ», ТОВ «KIDDISVIT», ТОВ «ЛЕВЕНЯ», ТОВ «Бельвіль», ТОВ «Той-Той», ТОВ «Тойдіко», ТОВ «Паритет», ТОВ «Біг Дістріб'юшин», ТОВ «Мір Хоббі Україна» та інші.

Мережа магазинів «Будинок іграшок» не являється фірмою імпортером, а лише закуповує товари у посередників, або через вітчизняних виробників. Так як на ринку іграшок в більшості підприємства працюють з зарубіжними постачальниками, то час на замовлення, закупівлю та постачання значно збільшується. Але в таких великих компаніях, як «Mattel», «Granna», «Tactic», «Smart Games» є великим плюсом, що вони мають своїх постачальників/представників компанії, які значно скорочують ланцюг постачання, поставляючи товар безпосередньо на склад магазину. Основними посередниками настільних ігор на ТОВ «АЛЬФА–ЗАБАВА» є: ТОВ «Біг Дістріб'юшин», ТОВ «Бельвіль».

Завершальним етапом є контроль за процесом постачання, який здійснюється на основі контролю за виконанням договірних зобов'язань постачальників, дотриманням ними термінів постачання продукції, контролю за витрачанням матеріальних ресурсів у виробництві, вхідного контролю за якістю і комплектністю матеріальних ресурсів, які надходять, контролю за виробничими запасами, аналізу діяльності постачальницької служби і підвищення її ефективності.

Всі вище перераховані показники впливають на формування логістичних потоків як у межах підприємства, так і поза ними. Підприємство ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА» ретельно підходить до політики співпраці із постачальниками.

Розглянемо канали постачання товарів на підприємство ТОВ «Альфа-Забава». На підприємстві використовують змішані канали товаропостачання. За рівнем контролю підприємство використовує вертикальні канали.

Розглянемо більш детально процес формування каналів постачання товарів на підприємстві ТОВ «Альфа-Забава»:

- усвідомлення потреби у формуванні каналу розподілу;
- визначення та координація цілей розподілу;
- специфікація завдань;
- розроблення можливих альтернативних структур каналів розподілу;
- оцінка структурних обмежень каналу розподілу;
- вибір оптимальної структури каналу розподілу;
- вибір суб'єктів каналу розподілу.

Рішення щодо співпраці з постачальниками та експертної оцінки каналу постачання здійснюють працівники логістичного відділу. Вони складають список критеріїв, яким повинен відповідати постачальник. Пошуки постачальника відбуваються на тендерах. Учасник тендера заповнює анкету, представляє свій товар та виставляє свою цінову політику. Підприємство веде змішану систему постачання; канали постачання на підприємстві формуються поетапно: усвідомлення потреби у формуванні

каналу розподілу; визначення та координація цілей розподілу; специфікація завдань; розроблення можливих альтернативних структур каналів розподілу; оцінка структурних обмежень каналу розподілу; вибір оптимальної структури каналу розподілу; вибір суб'єктів каналу розподілу.

ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА» використовує канали нульового рівня та однорівневі канали, тому при формуванні нового каналу постачання фірма завжди розглядає альтернативні варіанти формування каналу.

Для ефективного функціонування підприємства ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА» важливо провести аналіз каналів постачання. (Табл.2.1)

Таблиця 2.1

Аналіз каналів постачання настільних ігор на ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА» за постачальниками

Постачальники	Канали постачання		
	Канал нульового рівня	Однорівневий	Дворівневий
ТОВ «Мір Хоббі»	+	-	-
ТОВ «KIDDISVIT»	+	-	-
ТОВ «БОНТОЙ»	-	+	-
ТОВ «Бельвіль»	+	-	-
ТОВ «Той-Той»	-	+	-
ТОВ «Біг Дістріб'юшин»	-	+	-
ТОВ «Аріал»	+	-	-
ТОВ «Паритет»	-	+	-
ТОВ «Ranok Creative»	+	-	-

Отже, за даними аналізу табл 2.1 прямі канали постачання настільних ігор забезпечують такі фірми, як: ТОВ «Мір Хоббі Україна», ТОВ

«KIDDISVIT», ТОВ «Бельвіль», ТОВ «Аріал», ТОВ «Ranok Creative». Непрямі поставки здійснюють такі фірми, як: ТОВ «Паритет», ТОВ «БОНТОЙ», ТОВ «Той-Той». Для підприємства ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА» є більш вигідними є канали нульового рівня постачання. Водночас, оскільки компанія співпрацює з різними закордонними постачальниками, але ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА» не є безпосереднім імпортером, тому підприємство замовляє товари через посередника. Таким чином, підприємство застосовує диверсифіковані підходи до формування каналів постачання настільних ігор.

Підсумовуючи вище наведений матеріал, можна стверджувати, що функції постачання товару, зокрема настільних ігор, на підприємство ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА» виконує логістичний відділ. Основними постачальниками на ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА» у сегменті настільних ігор є : ТОВ «Ranok Creative», ТОВ «БОНТОЙ», ТОВ «KIDDISVIT», ТОВ «ЛЕВЕНЯ», ТОВ «Бельвіль», ТОВ «Той-Той», ТОВ «Тойдіко», ТОВ «Паритет», ТОВ «Біг Дистриб'юшин», ТОВ «Мір Хоббі Україна» та інші. Підприємство ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА» веде змішану систему постачання, канали постачання на підприємстві формуються поетапно, в більшості використовуються канали нульового рівня.

2.2. Дослідження ефективності ланцюгів поставок на ТОВ «Альфа-Забава»

В умовах конкурентного середовища процеси продажу товарів набувають особливого значення. Перед підприємствами постають більш складні завдання, рішенням яких є оптимізація основних процесів ланцюга постачання та впровадження ефективних заходів управління постачанням.

Для визначення показників оцінки ефективності логістичної діяльності на підприємстві доцільно :

- дослідити динаміку обсягу постачання настільних ігор на ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА»;

- оцінити надійність та безвідмовність постачання товару на підприємство;
- визначити структуру та розмір постачання товарів на ТОВ «Альфа-Забава»;
- оцінити ефективність комерційної діяльності підприємства, зокрема її рентабельність та прибутковість.

Дослідимо динаміку постачання різних видів настільних ігор на підприємство ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА» за останні 3 роки (табл 2.2).

Таблиця 2.2

Динаміка обсягу постачання настільних ігор за їх видами на ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА» за 2015-2017 рр., тис.грн

Вид продукції	Роки			Відхилення 2017/2016		Відхилення 2017/2015	
	2015	2016	2017	тис. грн.	%	тис. грн.	%
карткові ігри	35861,3	32753,1	33806,4	1053,3	103,22	-2054,9	94,27
колекційні карткові ігри	25687,9	26843,5	28456,2	1612,7	106,01	2768,3	110,78
ігри дайсами	16789,1	16459,9	17896,3	1436,4	108,73	1107,2	106,59
ігри з мініатюрами	12610	12881	13846	965	107,49	1236	109,80
вікторини	25286,1	27185,3	30663,6	3478,3	112,79	5377,5	121,27
ігри на спеціальній дошці	17520,7	16986,1	17200,2	214,1	101,26	-320,5	98,17

Продовження таблиці 2.2

рольові ігри	15110,6	14126,3	15080,8	954,5	106,76	-29,8	99,80
--------------	---------	---------	---------	-------	--------	-------	-------

рухливі ігри	10421,3	10311,6	10486,7	175,1	101,70	65,4	100,63
Разом	159287	157546,8	167436,2	9889,4	106,28	8149,2	105,12

Отже, як видно з вище поданих даних, динаміка постачання показала позитивний результат, обсяги поставок в звітному 2017 році, збільшились на 8149,2 тис. грн. (5,12 %) у звітному 2015 році та порівняно до 2016 року, у 2017 році обсяг постачання збільшився на 9889,4 тис. грн (6,28 %).

Найбільший темп зростання поставок настільних ігор у звітному 2017 році, порівняно з 2016 роком, показали наступні види настільних ігор:

- вікторини, збільшення обсягу постачання відбулося на 12,79%;
- ігри з дайсами, їх показники збільшились на 8,73%;
- ігри з мініатюрами обсяг постачання виріс на 7,79%;
- рольові ігри, їх обсяг склав 6,76%.

Порівняно з 2015 роком у звітному 2017 році, спостерігається помітне скорочення обсягів постачання карткових настільних ігор на 5,73%, кількість ігор на спеціальній дошці зменшилось на 1,83% та на 0,2% відбулось зменшення постачання рольових ігор. (рис 2.4)

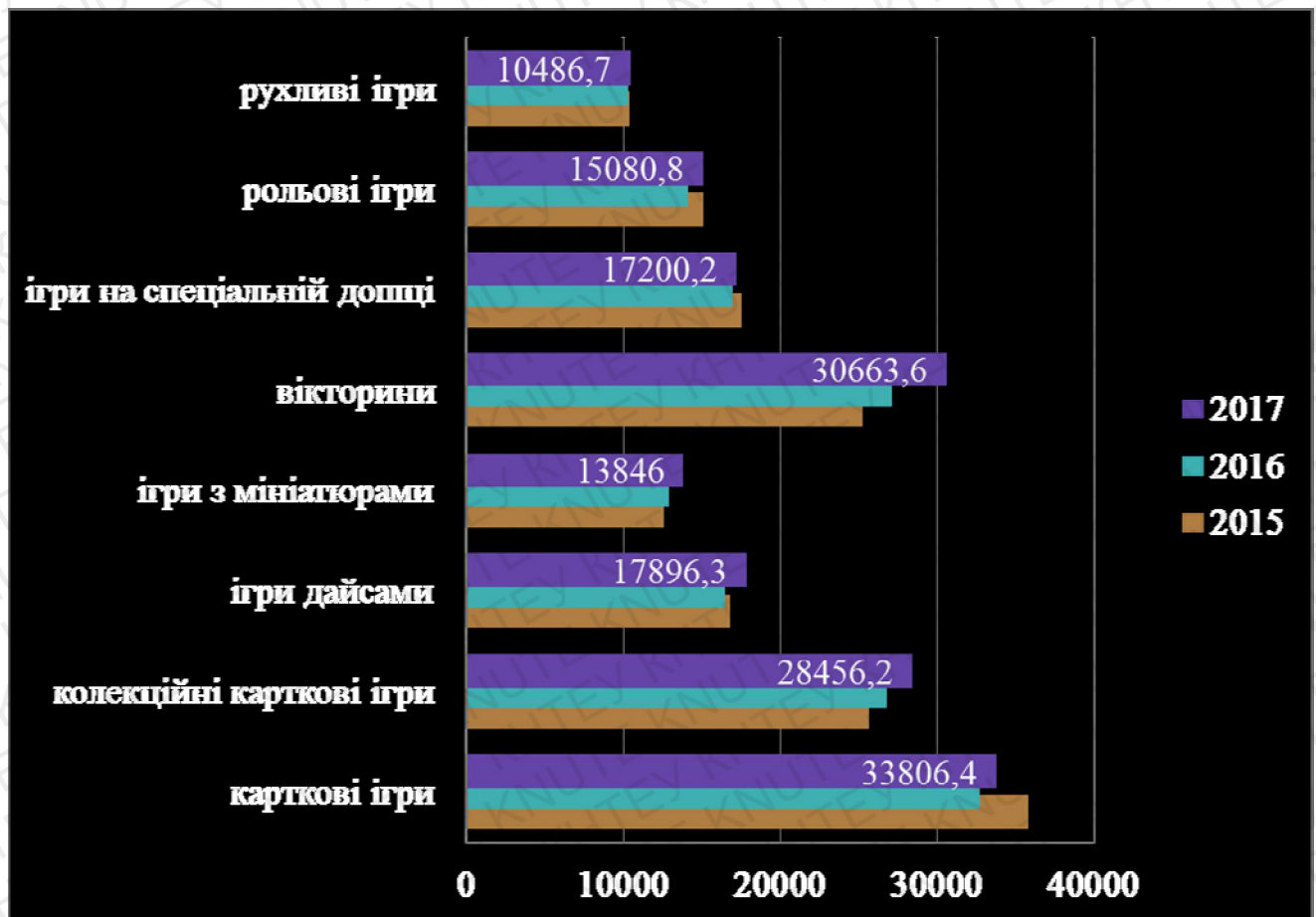


Рис 2.4 Динаміка обсягів постачання за видами настільних ігор на ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА» за 2015-2017 рр., тис. грн.

Розглянемо динаміку структури асортименту настільних ігор ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА» за останні роки 2015-2017 (табл.2.6)

Таблиця 2.6

Динаміка структури асортименту настільних ігор ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА» за 2015-2017 рр., %

Вид продукції	Роки			Відхилення	
	2015	2016	2017	2017/2016, в.п.	2017/2015, в.п.
карткові ігри	14,76	14,91	15,07	0,16	0,31

Продовження таблиці 2.6

колекційні карткові ігри	12,62	12,74	12,80	0,06	0,18
ігри дайсами	10,25	10,30	10,64	0,34	0,39
ігри з мініатюрами	9,84	9,50	9,63	0,13	-0,21
вікторини	13,82	13,99	14,08	0,09	0,26
ігри на спеціальній дошці	12,31	11,58	10,65	-0,93	-1,66
рольові ігри	8,57	8,83	8,92	0,09	0,35
рухливі ігри	10,80	10,89	10,93	0,04	0,13
Разом	100	100	100	0,00	0,00

Отже, аналіз табл.2.6 дає можливість зробити висновок, що найбільше було поставлено на підприємство ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА» в 2017 році, саме карткових настільних ігор – 16%, також спостерігається скорочення постачання в порівнянні з 2015 роком на 0,16 в.п., та на 0,31 в.п., порівняно з 2017 роком (рис 2.5).

Вибір постачальника – одне з найважливіших завдань фірми. На вибір постачальника істотно впливають результати роботи за вже укладеними договорами, на підставі яких здійснюється розрахунок рейтингу постачальника. Для аналізу ефективності роботи з постачальниками необхідно провести аналіз: вартості придбання настільних ігор; якості

обслуговування; надійність постачання; умови оплати; можливість позапланових поставок; фінансовий стан постачальника; ступінь виконання договірних зобов'язань; рентабельність витрат з угоди; рентабельність обороту із закупівлі.



Рис.2.5 Структура постачання різних видів настільних ігор на підприємство ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА» за звітний період 2017р.

Для початку проаналізуємо надійність роботи з постачальниками на ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА» за звітний 2017 рік з січня по березень (табл.2.7).

Таблиця 2.7

Показники аналізу постачальників ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА» за критерієм «вчасність поставки» у 2017 році

Постачальник	Місяць	Кількість поставок,од.	Усього запізньєнь,дн.
ТОВ «Бельвіль»	Січень	5	26
	Лютий	3	23
	Березень	4	26
ТОВ «БОНТОЙ»	Січень	14	12

Продовження таблиці 2.7

ТОВ «БОНТОЙ»	Лютий	4	18
	Березень	8	14
ТОВ «Мір Хоббі Україна»	Січень	12	5
	Лютий	3	10
	Березень	7	5
ТОВ «Тойдіко»	Січень	10	25
	Лютий	2	14
	Березень	5	10
ТОВ «Ranok Creative»	Січень	9	36
	Лютий	6	25
	Березень	7	14

Вище наведені данні можна використати для аналізу порушень запізнень та оцінити середнє запізнення по кожному постачальнику. Кількісною оцінкою надійності постачання служить середнє запізнення, ця величина визначається як частка від ділення загальної кількості днів запізнення за визначений період на кількість поставок за той же період.

Таким чином, темп зростання середнього запізнення по кожному постачальнику визначається за формулою:

$$Т_{нп} = (Оср1 / Оср0) * 100, \quad (2.1)$$

де $Оср1$ – середні запізнення на одну поставку в поточному періоді, днів;

$Оср0$ – середнє запізнення на одну поставку в минулому періоді, днів.

Далі розрахуємо темп зростання запізнення для кожного з постачальників в звітному 2017 році за січень – березень (табл. 2.8).

Отримані данні занесемо в таблицю 2.9 для отримання даних по рейтингу постачальників.

Для дослідження рейтингу постачальників на ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА», застосуємо метод ранжування. Щоб оцінити значимість окремих критеріїв, за якими вибирають постачальника та оцінюють доцільність роботи з ними, нами були обрані експерти - менеджери логістичного відділу та керівники підприємства ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА». Кожному експерту було запропоновано, незалежно і таємно від інших експертів, встановити коефіцієнт значимості кожного критерію в межах від 0 до 1.

Таблиця 2.8

Динаміка порушень встановлених строків постачання постачальниками ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА»

Постачальник	Місяці			Середнє запізнення
	Січень	Лютий	Березень	
ТОВ «Бельвіль»	$(5/26)*100=19,2$	$(3/23)*100=7,14$	$(4/26)*100=10,8$	$(5/6)/(3/42)/(4/37)*100=9,58$
ТОВ «БОНТОЙ»	$(14/12)*100=117$	$(4/18)*100=22,2$	$(8/14)*100=57,1$	$(14/12)/(4/18)/(8/14)*100=9,1$
ТОВ «Мір Хоббі Україна»	$(12/5)*100=240$	$(3/10)*100=30$	$(7/5)*100=140$	$(12/5)/(3/10)/(7/5)*100=5,7$
ТОВ «Тойдіко»	$(10/25)*100=40$	$(2/14)*100=14,2$	$(5/10)*100=50$	$(11/15)/(2/28)/(5/10)*100=5,6$
ТОВ «Ranok Creative»	$(9/36)*100=25$	$(6/25)*100=24$	$(7/14)*100=50$	$(9/36)/(6/25)/(7/14)*100=2,1$

Експерти кожному і-му критерію виставляють бальні оцінки важливості K_i , потім перетворені в коефіцієнти вагомості, які розраховуються за формулою [73,с.222]:

$$a_i = \frac{K_i}{\sum_{i=1}^n K_i} \quad (2.2)$$

де, a_1 – коефіцієнт вагомості і-го критерію оцінки постачальника, частки одиниць;

K_i – бальна оцінка вагомості по і-му критерію оцінки постачальника, бали;

n – кількість критеріїв оцінки.

Рейтинг (P_i) постачальника визначається за формулою:

$$P_i = \sum_{i=1}^n P_i \times a_i \quad (2.3)$$

де, P_i – рейтинг постачальника, бали

P_i - показник відповідності постачальника і-му критерію, бали [73,с.223].

Для розрахунку були обрані постачальники з якими компанія вже давно працює, це : ТОВ «Бельвіль» (1), ТОВ «БОНТОЙ» (2), ТОВ «Мір Хоббі Україна» (3), ТОВ «Тойдіко» (4), ТОВ «Ranok Creative» (5).

Отже, як бачимо з табл. 2.9 за рейтингом постачальник ТОВ «Бельвіль» займає перші позиції, набравши 8,6 балів. На другому місці за рейтингом постачальник ТОВ «БОНТОЙ» - 8,60 балів і найменше балів набрав постачальник ТОВ «Ranok Creative», який має оцінку лише 6,3.

Таблиця 2.9

Розрахунок рейтингу постачальників ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА»

№	Постачальник	Значущість критерію	Оцінка постачальника за критерієм					Добуток значимості критерію на оцінку				
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	Надійність постачання	0,2	9,58	9,1	5,7	5,6	2,1	2,4	2,4	2,4	1,2	1,2

Продовження таблиці 2.9

2	Ціна	0,2	7	6	5	6	9	1,75	1,75	2	2	1,85
3	Якість товару	0,15	9	9	4	9	4	1,35	1,35	1,2	1,05	0,95
4	Умови оплати	0,13	8	5	8	7	7	1,2	1,2	1,05	1,05	1
5	Повнота асортименту	0,1	9	7	6	8	8	0,8	0,8	0,6	0,7	0,6
6	Можливість позапланових поставок	0,1	8	6	8	9	8	0,35	0,3	0,3	0,25	0,25
7	Сервісне обслуговування	0,02	9	5	6	7	8	0,45	0,6	0,8	0,25	0,2
8	Фінансовий стан постачальника	0,1	8	7	7	8	7	0,35	0,2	0,1	0,15	0,25
	РАЗОМ	1,00	-	-	-	-	-	8,65	8,6	8,45	6,65	6,3

Для того, щоб визначити доцільність скорочення чи збільшення постачання певного виду настільних ігор, пропонуємо розглянути динаміку продажу настільних ігор на ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА» (Табл.2.10).

Таблиця 2.10

Обсяг продажів продукції у вартісному і натуральному вираженні

Вид продукції	2016			2017		
	Кількість, шт.	Виручка від реалізації	Середня ціна грн./1 шт.	Кількість, шт.	Виручка від реалізації	Середня ціна грн./1 шт.
карткові ігри	1500	240000	160	1800	360000	200
колекційні карткові ігри	700	245000	350	1000	370000	370
ігри дайсами	880	352000	400	900	378000	420
ігри з мініатюрами	648	291600	450	758	379000	500
вікторини	556	361400	650	546	354900	650
ігри на спеціальній дошці	876	350400	400	850	340000	400
рольові ігри	752	376000	500	802	417040	520
рухливі ігри	338	219700	650	367	204786	558
Разом	6250	2436100	3560	7023	2803726	3618
Відхилення 2016/2017	-	-	-	773	367626	58

Отже, як видно з вище поданих даних, кількість постачання товару порівняно з 2016 роком збільшилась на 773 одиниці, виручка від реалізації збільшилась на 367 626 тис.грн, а середня ціна за одиницю товару збільшилась на 58 грн. за шт.

Для того, щоб оцінити ефективність комерційної діяльності, розглянемо показники виконання планових обсягів продажу настільних ігор. Доцільно використовувати таблиці наступного формату (табл.2.11). Оцінка виконання плану, темпи зростання в порівнянні з попередніми періодами, виявлення ключових факторів зміни масштабів операційної діяльності, а також зіставлення темпових показників виробництва і продажів, всі ці показники впливають на управління доходами.

Отже, аналіз таблиці 2.4 дає можливість зробити наступні висновки. Тобто динаміка продажу товару у звітному 2017 році перевищила планові показники на 13,75%, що позитивно відобразилось на кінцевому показнику виконання плану – 51,66%, в порівнянні з минулим 2016 роком. Виручка за проданий товар збільшилась на 155 тис.грн, тобто темп зростання продажу дає можливість сказати про позитивну динаміку продажу настільних ігор.

Таблиця 2.11

Оцінка виконання плану за обсягами продажу настільних ігор в 2016 та 2017 рр.

Показники	Обсяги по роках			Темпи зростання, %		
	2016	2017		Планові до попереднього%	Фактичні до плану. %	Фактичні до попереднього
		За планом	Фактично			
Виручка від продажів настільних ігор: тис.,грн	300 тис. грн	400 тис. грн	455 тис. грн	133,33	113,75	151,66

Таблиця 2.12

Аналіз формування і динаміки валового прибутку ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА»

Показник	2016	2017	Абсолютний приріст
Дохід від реалізації настільних ігор	2436100	2803726	367626
Податок на додану вартість	487220	560745,2	73525,2
Інші вирахування	31182,02	358876,9	327694,88
Чистий дохід від реалізації настільних ігор	1917699,98	1884103,9	-33594,08
Собівартість реалізації настільних ігор	1218050	1401863	183813
Валовий прибуток	1218050	1401863	183813

Характеристика ефективності підприємства пов'язана з основними показниками, такими як: рентабельність, прибутковість, надійність постачальника, безвідмовність постачання. З вище наведених даних можемо розрахувати такі показники [44 , с.278] (Табл.2.13.):

- ✓ рентабельність продажу настільних ігор:

$$Рп = (ВП/Q) \times 100\% \quad (2.4)$$

Де ВП – валовий прибуток;

Q - обсяг реалізованої продукції, грн.

- ✓ рентабельність вкладених коштів:

- загальний рівень рентабельності підприємства:

$$Рп = (ВП/С) \times 100\% \quad (2.5)$$

де ВП - валовий прибуток підприємства, грн.;

С - загальна виробнича собівартість, грн.

Таблиця 2.13

Показники	Розрахунки
Рентабельність продажу настільних ігор	$1218050/6250 \times 100\% = 94,88\%$

Закінчення таблиці 2.13

Рентабельність вкладених коштів	$1218050/17800 \cdot 100\% = 68,4\%$
Чистий прибуток	$2436100 - (487220 + 31182,02) = 1917697,98$ тис.грн

На основі підрахованих показників, ми можемо зробити висновки, що рентабельність вкладених коштів не стовідсоткові, рентабельність настільних ігор склала 94,88%. Відповідно підприємству варто переглянути політику співпраці з постачальниками та домовитись щодо знижок на закупівлю товару.

2.3. Перспективні напрями організації ланцюгів поставок настільних ігор на ТОВ «Альфа-Забава»

Процеси продажу товарів набувають особливого значення, тому підприємство має оптимізувати основні процеси ланцюга постачання та впровадити ефективні заходи управління постачанням.

Для забезпечення ефективності логістичних процесів на ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА» необхідно підібрати та адаптувати відповідні механізми логістичного управління розвитку підприємства, зорієнтовані на забезпечення його конкурентних переваг на ринку. Для реалізації даної мети існує ряд сучасних інструментів оцінки ефективної роботи підприємства (табл 2.14)

Таблиця 2.14

Сучасні інструменти реалізації цілей розвитку підприємств [50 , с.2]

Групи бізнес-процесів	Інструмент реалізації
Взаємодія із постачальниками	Системи SCM (Supply Chain Management)

Продовження таблиці 2.14

Взаємодія із замовниками (споживачами)	Системи CRM (Customer Relationships Management)
Управління ресурсами	Системи ERP (Enterprise Resources Planning)
Управління продукцією контроль, зберігання та надання необхідної інформації)	Системи PLM (Product Lifecycle Management) і PDM (Product Data Management)

Логістичне управління розвитком підприємства дає змогу оптимально сформувати та організувати раціональне використання потенціалу підприємства у часі і просторі. Зокрема, управління ланцюгами поставок (SCM - SupplyChain Management) передбачає охоплення усіх логістичних операцій і їх підсистем, наприклад таких, як закупівля сировини. Саме закупівля дозволяє зменшити час і вартість на обробку замовлення, скоротити витрати на закупівлю, зменшити складські запаси, скоротити виробничі витрати та збільшити прибуток підприємства.

Потрібно постійно контролювати рівень запасів на ТОВ «АЛЬФА–ЗАБАВА» та аналізувати, адже за наявності товару з високим попитом, прибутковість підприємства зростає в рази, але й зберігання надлишкової кількості товару може призвести до негативного впливу на прибуток.

Часто між різними групами логістичних витрат, як транспортні, складські, витрати на оформлення замовлення, у спеціалістів виникає конфлікт при визначенні пріоритетів. Тому при визначенні розміру партії постачання в закупівельній логістиці на підприємстві ТОВ «АЛЬФА–ЗАБАВА» доцільно використати показник оптимального або економічного розміру замовлення.

Економічна величина замовлення EOQ – Economic Order Quantity за формулою Вільсона розраховується за наявності таких умов:

- О величина попиту є стала і відома;
- О час поставки (цикл доставки) є сталим і відомим;

- витрати поставки, насамперед ціна закупівлі, не залежать від величини партії;
- існує повне задоволення попиту;
- витрати утримання запасів прямо пропорційні до їх величини;
- не існує запасів в дорозі;
- витрати складування замовлення не залежать від величини замовлення;
- необмежений горизонт планування;
- не допускається можливість вичерпання запасів;
- не обмеження доступності капіталу.

Метод оптимальної партії замовлення настільних ігор допомагає розрахувати потрібні значення показників за формулою:

$$EOQ = \sqrt{\frac{2 C_o S}{C_n}} \quad (2.6)$$

де, EOQ – обсяг партії настільних ігор, шт.;

C_o – витрати на виконання одного замовлення в гривнях;

S – Потреба в матеріальних ресурсах в шт. (за досліджуваний період);

C_n – витрати на зберігання одиниці матеріального ресурсу в гривнях.

Наприклад, розрахуємо кількість поставок настільних ігор по постачальнику ТОВ «Бельвіль» :

$$EOQ = \sqrt{\frac{2 * 98 * 598}{39}} = 2125 \text{ шт.}$$

В результаті аналіз розрахунку кількості замовлення за звітний 2017 рік, враховуючи обсяги замовлення та дані про витрати на зберігання, оптимальна кількість замовлення по постачальнику ТОВ «Бельвіль» склала 2125 шт.

Також в цілях оптимізації ланцюгів постачання настільних ігор на підприємстві пропонуємо здійснити ABC- аналіз постачальників ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА»(табл.2.13.)

Метод ABC – це спосіб нормування і контролю за станом запасів, який полягає в розділенні номенклатури (N) товарно-матеріальних цінностей, які підпадають під реалізацію, на три нерівномірних підмножини А, В, С на основі деякого формального алгоритму [59, с.121].

Метод ABC передбачає поділ матеріалів на дуже важливу(А), істотну (В) та мало важливу (С) складові і використовується в задачах оптимізації рівня спеціалізації виробництва, товарної та асортиментної політики, формування запасів готової продукції тощо. В основі ABC-аналізу лежать вартісні оцінки, а в основі XYZ-аналізу – групові оцінки точності прогнозу споживання матеріальних ресурсів [59, с.122].

Таблиця 2.15

ABC-аналіз постачальників на ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА»

Постачальники	Витрати на закупівлю, тис. грн.	Питома вага в загальних витратах, %	Накопичена частка, %	Групи
ТОВ «Бельвіль»	2389	39,07%	39,07%	А
ТОВ «KIDDISVIT»	1845	30,18%	69,25%	
ТОВ «БОНТОЙ»	710	11,61%	80,86%	В
ТОВ «Той-Той»	545	8,91%	89,78%	

Продовження таблиці 2.15

ТОВ «Біг Дистриб'юшин»	260	4,25%	94,03%	
ТОВ «Мір Хоббі»	190	3,11%	97,14%	
ТОВ «Паритет»	100	1,64%	98,77%	С
ТОВ «Аріал»	75	1,23%	100,00%	
Разом	6114	100,00%	-	-

АВС-аналіз постачальників показує, що найбільший внесок у формування загального обсягу постачання зробили 2 постачальники ТОВ «Бельвіль» та ТОВ «KIDDISVIT», у групу В увійшли ТОВ «БОНТОЙ», ТОВ «Той-Той», ТОВ «Біг Дистриб'юшин», і найменший вклад в формуванні обсягу постачання зборила група С - ТОВ «Мір Хоббі», ТОВ «Паритет», ТОВ «Аріал».

На основі проведеного аналізу можна зробити висновок про перевагу роботи із ТОВ «Бельвіль» та ТОВ «KIDDISVIT» постачальниками для ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА». Робота з цими постачальниками суттєво впливає на ефективність логістичної системи. Саме в постачальників ТОВ «Бельвіль» та ТОВ «KIDDISVIT» є найважливіші для підприємства товари, розмір запасів по яких потрібно постійно контролювати, точно визначати витрати, пов'язані із закупівлею, доставкою і зберіганням, а також розмір і момент замовлення. Підприємству варто постійно співпрацювати з постачальниками групи А для покращення логістичної діяльності та зменшення логістичних витрат.

Для того, щоб оцінити стабільність постачань від усіх досліджуваних постачальників настільних ігор, проведемо XYZ – аналіз (Табл.2.14.). Коефіцієнт варіації розраховують за формулою:

$$v = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2}{n \bar{X}}} * 100\% \quad (2.4)$$

де x_i – значення параметра оцінюваного об'єкта за i -й період; $\bar{x}$ – середнє значення параметра оцінюваного об'єкта аналізу; n – кількість періодів.

Характеристика груп товарів за XYZ-аналізом така:

- Категорія X – товари характеризуються стабільністю продажів і, як наслідок, – високими можливостями прогнозу продажів. Коефіцієнт варіації не перевищує 10 %. Коливання попиту незначні, попит на них стійкий, отже, можна за цими товарами робити оптимальні запаси та використовувати математичні методи прогнозу попиту й оптимального запасу.
- Категорія Y – товари, що мають коливання в попиті, як наслідок, середній прогноз продажів. Коефіцієнт варіації складає 10–25%. Відхилення від середньої величини продажів існує, але воно коливається в розумних межах (у межах 25%).
- Категорія Z – товари з нерегулярним споживанням, які-небудь тенденції відсутні, точність прогнозу продажів невисока. Коефіцієнт варіації перевищує 25 % і може бути більше 100 % . Це може бути група товарів, що доставляється за замовленням клієнтів або недавно поступила в продаж.

Таблиця 2.14

XYZ-аналіз постачальників на ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА»

Постачальники	Витрати на закупівлю, тис. грн.	січень	лютий	березень	квітень	травень	червень	Середнє значення, тис. грн.	Коефіцієнт відносної варіації, %	Група
ТОВ «Бельвіль»	2389	689	221	558	328	379	214	398,17	43,59%	Z
ТОВ «KIDDISVIT»	1845	486	157	350	236	316	300	307,50	32,94%	Z
ТОВ «БОНТОЙ»	710	241	58	144	122	111	34	118,33	56,19%	Z
ТОВ «Той-Той»	545	146	66	73	159	75	26	90,83	51,40%	Z
ТОВ «Біг Дистриб'юшин»	260	86	17	30	43	43	41	43,33	48,93%	Z
ТОВ «Мір Хоббі»	190	75	35	24	26	18	12	31,67	65,14%	Z
ТОВ «Паритет»	100	30	14	22	16	11	7	16,67	45,12%	Z
ТОВ «Аріал»	75	13	5	14	17	20	6	12,50	43,51%	Z

З отриманих результатів у (Табл.2.14.) побудуємо матрицю ABC- та XYZ-аналізу групування та характеристики постачальників на ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА»(Табл.2.15).

Таблиця 2.15

**Матриця ABC- та XYZ-аналізу і характеристики групування
постачальників на ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА»**

Група за аналізами	Постачальники	Характеристика
AZ	• ТОВ «Бельвіль» • ТОВ «KIDDISVIT»	Висока прибутковість. Нерегулярність закупівель (продажів). Низький рівень прогнозованості.
BZ	• ТОВ «БОНТОЙ» • ТОВ «Той-Той» • ТОВ «Біг Дістріб'юшин»	Середня прибутковість. Нерегулярність закупівель (продажів). Низький рівень прогнозованості.
CZ	• ТОВ «Мір Хоббі» • ТОВ «Паритет» • ТОВ «Аріал»	Низька прибутковість. Нерегулярність закупівель (продажів). Низький рівень прогнозованості.

Отже, за результатами ABC- та XYZ-аналізу можна виділити спільні та відмінні риси між постачальниками настільних ігор на підприємстві ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА». Постачальник ТОВ «Бельвіль» забезпечує високу прибутковість, тоді як ТОВ «Мір Хоббі», ТОВ «Паритет» та ТОВ «Аріал» мають найнижчі показники прибутковості, але у всіх постачальників є спільні і негативні показники нерегулярних перевезень та низькі показники прогнозованості закупки товару на підприємство. Також можна сказати, що всі постачальники даного виду товару відносяться до тих групи з товаром попит на який виникає лише епізодично і прогнозувати такий попит важко.

Таким чином, за результатами проведеного ABC- та XYZ-аналіз можна зробити висновки, що найбільш надійними постачальниками є ТОВ «Бельвіль» та ТОВ «KIDDISVIT», а от такі постачальники, як ТОВ «Мір Хоббі», ТОВ «Паритет» та ТОВ «Аріал» з ними варто переглянути умови постачання настільних ігор на підприємство, адже вони забезпечують низьку прибутковість та мають нерегулярні низькі перевезення.

РОЗДІЛ 3 ТОВАРОЗНАВЧА ОЦІНКА НАСТІЛЬНИХ ІГОР,ЩО РЕАЛІЗУЮТЬСЯ НА РИНКУ УКРАЇНИ

3.1. Характеристика споживних властивостей настільних ігор

Важливість дослідження взаємозв'язку дитини та сучасних іграшок полягає у тому, що іграшки виступають засобами виховання дітей. Іграшки допомагають у моделюванні сімейних традицій, праці і діяльності дорослих, у прищепленні дитині родинних цінностей, в підготовці до сприйняття та засвоєння найсучасніших інтелектуальних, технічних, технологічних та художніх здобутків людства.

Сьогодні комп'ютерні ігри та консолі стали досить популярними та мають більшу прихильність у дітей. Важко сперечатись, що регулярно граючи в настільні ігри, діти вчаться максимально швидко реагувати, приймати різноманітні рішення самостійно, що вкрай корисно, особливо маленьким дітям, прораховувати можливі варіанти рішень складних завдань на кілька ходів уперед, а також безлічі інших корисних людині в повсякденному житті особистісних можливостей.

Вивченню значення іграшок з наукової точки зору приділяють увагу достатньо багато науковців. Так, наприклад, роботи таких дослідників як М. Киященко, О. Постнікової, Л. Столовича із філософсько-культурологічних позицій розкривають позитивну роль іграшки в житті суспільства та її соціокультурні функції [32].

Згідно з ДСТУ 2165— 93[37], іграшка – це предмет або група предметів, призначених для ігрової діяльності дітей.

Крім того багато авторів мають свою думку щодо визначення поняття «іграшки». Іграшки — дієвий засіб виховання покоління. Макаренко А.С., вважав, що іграшка — це матеріальна основа гри, вона вкрай необхідна для

розгортання ігрової діяльності. На думку, Ушинський К.Д., іграшка — це своєрідна школа виховання почуттів дитини [31]. Отже, будучи частиною загальнолюдської культури, іграшка має велику педагогічну цінність, тому що сприяє всебічному гармонійному розвитку особистості кожної дитини.

Гра в житті для дитини має важливе значення. Гра така ж важлива, як для дорослого — робота, служба, його трудова діяльність. Яка дитина в грі, така багато в чому вона буде в роботі, коли виросте. Тому виховання майбутнього діяча відбувається, передусім, в грі. І вся історія окремої людини як діяча і працівника може бути представлена в розвитку гри і в поступовому переході її в роботу [31].

Настільні ігри — це прекрасний для всієї родини вид розваги і проведення дозвілля. Такий спосіб спілкування вносить невичерпне джерело позитивних емоцій у внутрішньо сімейні стосунки.

Авторами [58] пропонується класифікація настільних ігор за основною функцією, змістом, ігровим процесом, кількістю гравців, мірою кооперації гравців та за динамікою гри. (Рис.3.1)

Згідно поданої класифікації, ігри можуть розвивати низку здібностей і навичок, таких як [58, с.384]:

- логіка — навичка використовується практично в усіх інтелектуальних настільних іграх;
- абстрактне мислення — активно використовується в будь-якій грі з достатньою мірою абстракції (го, шахи тощо);
- ерудиція — ряд ігор дає переваги тим, чий кругозір ширший, а це, відповідно, змушує тих, що грають, замислитися щодо його розширення;
- стратегічне мислення — актуальне для складних економічних і військових ігор;
- дипломатія/психологія — уміння вибудовувати стосунки з оточенням і контролювати свою поведінку;

- координація — важлива складова фізичних навичок людини;

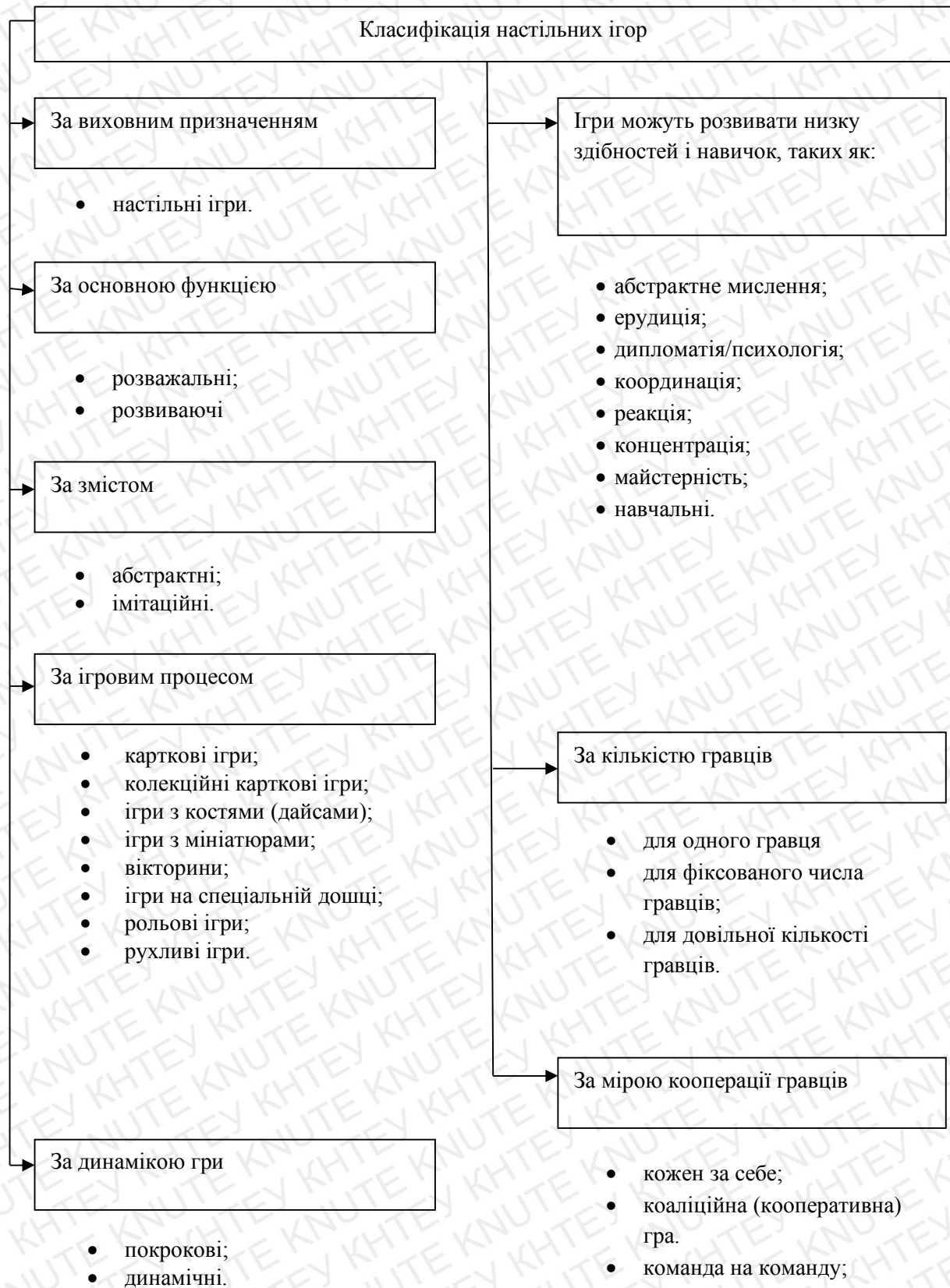


Рис.3.1 Класифікація настільних ігор

Джерело: складено на основі [58,с.385]

- реакція — атрибут дуже необхідний усім і в реальному житті;
- концентрація — уміння фокусуватися на поточному завданні;
- майстерність — розуміння того, що через системне вивчення гри та на практиці можна досягти суттєвих результатів тощо;
- навчальні — ігри створенні на певну тематику, для навчання, наприклад, англійської мови, математики, абетки та інших.

За змістом настільні ігри поділяють на:

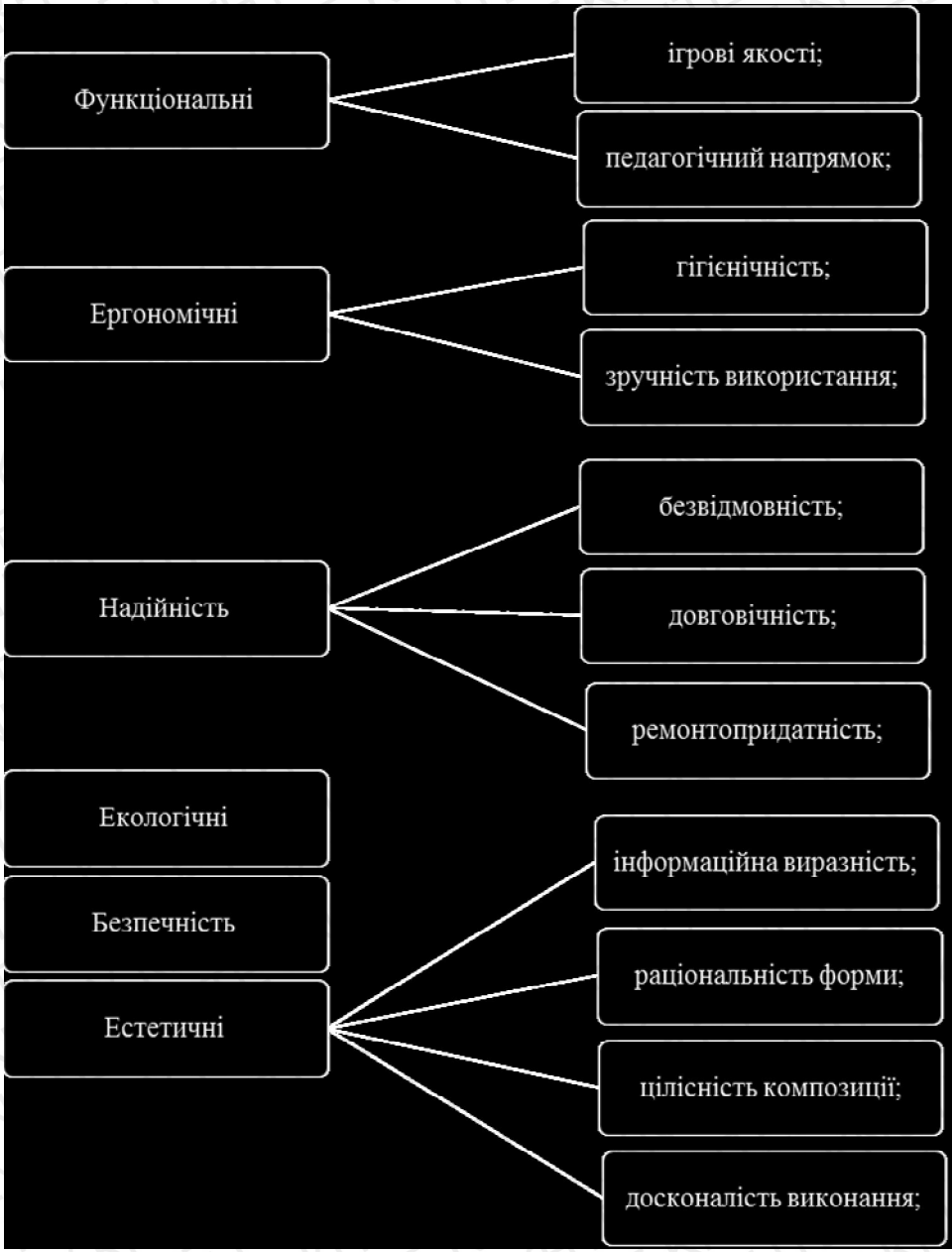
- абстрактні — це ігри, які дають можливість дітям сконцентруватися, навчитися «абстрагуватися» від оточуючого реального середовища та сконцентруватися думками. Ці ігри дають можливість зрозуміти такі поняття, як колір, форма, добро та зло, правильність та послідовність та інші;
- імітаційні — ігри, які відтворюють реальні процеси процеси в вигаданому світі, наприклад, гра в банкіра, кухара, детектива.

За призначенням настільно-друковані ігри відносяться до 7 групи товарів, які розширюють кругозір та у ігровій, зайнятій формі поповнюють об'єм знань дитини — набори ігрових полів, карточок, фішок та інших деталей із додаванням надрукованих правил гри, які запаковані у картонні коробки з яскравою етикеткою — лото, доміно, карти, книжки-іграшки; книжки-ширмочки; альбоми саморобок із паперу та картону; електрифіковані ігри із використанням гальванічних елементів, електричних лампочок, світло діодів, комп'ютерні ігри тощо.

Іграшки відносяться до товару особливого призначення, а сучасні батьки все частіше приділяють увагу на якість іграшок та їх споживним властивостям.

Всі настільні ігри характеризуються споживними властивостями. Властивість — це відмінна риса, що може виявлятися при створенні, експлуатації або споживанні товару [71].

Згідно ДСТУ 3993— 2000 Товарознавство. Терміни та визначення [71], споживні властивості товару — це властивості товару, яка обумовлює його корисність і здатність задовольнити потреби споживачів і проявляється в процесі споживання. Споживні властивості визначають споживчу вартість товару (Рис.3.2.).



Р

ис.3.2. Споживні властивості іграшок

Джерело: складено на основі [17]

Функціональними називаються властивості, що виявляють відповідність іграшок своєму призначенню, тобто спроможність

задовольняти конкретну потребу. Це найбільш важлива група властивостей, що характеризує якість товарів і саме ці властивості визначають ігрову і виховну спрямованість іграшок. Функціональними показниками якості іграшок є: відповідність форми функціональному призначенню і відповідність ігрових властивостей віковим особливостям дітей, для яких вони призначені; якість виготовлення, розміри, стан поверхні, роботу механізмів, стійкість на поверхні тощо [17,с.347].

Педагогічні вимоги до іграшок полягають в тому, що будь-яка з них повинна відповідати завданням виховання дітей, викликати у них інтерес до знань, до предметів і явищ навколишнього світу, розвивати пізнавальні процеси — кмітливість, спостережливість, пам'ять, сприяти засвоєнню і закріпленню знань, одержуваних у школі.

Іграшки розвивають у дітей художній смак, сприяють естетичному вихованню, в свою чергу настільні ігри, як вже було зазначено, розвивають логіку, концентрацію уваги, абстрактне стратегічне мислення. Тому іграшки повинні відповідати відображенням образу чи предмету, бути красивими, зі смаком оформлені та відповідати своїм педагогічним властивостям.

Ергономічні властивості характеризують відповідність конструкції іграшок особливостям дитячого організму, визначають зручність їх використання, ступінь стомлюваності дитини при грі. Кожній іграшці притаманні свої ергономічні властивості. Конструкція іграшок повинна бути зручною для гри.

До ергономічних показників якості іграшок відносяться: зручність користування, легкість опанування дитиною дій з іграшками. Ергономічні показники якості визначаються тим, наскільки іграшки гігієнічні й відповідають антропометричним, фізіологічним і психофізіологічним особливостям дітей [17,с.348].

Гігієнічні властивості — умови, що впливають на організм і працездатність людини в процесі експлуатації товару. Багато залежить від того, наскільки матеріали, з яких виготовлені іграшки, мають можливість

накопичення бруду і розвитку мікробів і наскільки легко можна очистити іграшки. Санітарно-гігієнічні вимоги до іграшок повинні відповідати санітарним правилам та нормам безпеки виробництва і реалізації ігор та іграшок, затвердженим Міністерством охорони здоров'я України, ДСанПін 5.5.6.012—98 [25].

Антропометричні властивості – відповідність товару формі, масі тіла людини. Антропометричні показники якості іграшок характеризуються конструкцією, яка забезпечує раціональну і зручну позу дитини під час гри, її правильну поставу і оптимальну реакцію рук [17, с.349].

Психологічні властивості – відповідність товару сприйняттю, мисленню та навичкам людини. Фізіологічні та психологічні показники якості іграшок характеризуються їхньою конструкцією. Психофізіологічні властивості це аспекти комфорту.

Надійність — спроможність виробів зберігати свої початкові показники в часу й у межах, що відповідають установленим нормативам. Відповідно до вимог стандартів — це властивість виробу виконувати свої функції, зберігаючи експлуатаційні показники в заданих межах, протягом необхідного проміжку часу або необхідного наробітку у визначених умовах експлуатації. Значною мірою надійність іграшок залежить від якості матеріалів, що застосовують для їх виготовлення. До надійності іграшок відносять такі показники: безвідмовність здатність іграшки безперервно зберігати працездатність; довговічність; ремонтпридатність і збереженість [17, с.347].

Екологічні властивості – характеризують рівень шкідливості, який здійснює товар на оточуюче середовище та безпосередньо на споживача (дитину) при експлуатації та споживанні [36].

Безпечність характеризує особливості виробів забезпечувати безпеку і нешкідливість для здоров'я людини при експлуатації. Порушення правил експлуатації деяких виробів пов'язано з великою небезпекою для життя людини.

Ігри для дитини мають виготовляти безпечними способом та з екологічно чистих матеріалів, що не зашкодять дитині при грі. Виробники при виробництві можуть керуватися критеріями що зазначені в нормативних документах, таких як ДСТУ, Технічний регламент безпечності іграшок, ДСанПіН.

Естетичність — виявляє у чуттєво—сприйнятливих формах спільну цінність та соціально—культурну значущість товару, задовольняє естетичні потреби людини. Інформаційна виразність — художньо—образність, оригінальність форми, відповідність стилю та моді [71, с.7]. Рациональність форми — поєднання зовнішнього вигляду з функціональними та ергономічними. Відповідність форми ергономічним вимогам — здатність створювати максимальні вигоди в користуванні виробом. Цілісність композиції — гармонійна єдність частин і цілого. Досконалість виробничого виконання характеризує чистоту виконання контурів, округлень з'єднань окремих елементів виробу. Іграшка має викликати естетичне захоплення, бути гармонійною у співвідношенні форм, розмірів, кольорів [17, с.349].

Отже, Вивченню значення іграшок з наукової точки зору приділяють велику увагу, так як іграшки відносяться до товару особливого призначення. Іграшки являються дієвим способом виховання покоління, зокрема, настільні ігри.

Настільні ігри — це прекрасний для всієї родини вид розваги і проведення дозвілля. Настільні ігри класифікують за основною функцією, змістом, ігровим процесом, кількістю гравців, мірою кооперації гравців та за динамікою гри.

Та сучасні батьки все частіше приділяють увагу на якість іграшок та їх споживні властивості. Споживні властивості визначають споживчу вартість товару. Вони поділяються на: функціональні, естетичні, ергономічні, надійність, безпечні, екологічні.

3.2. Гарантії безпечності настільних ігор

Іграшки є важливим елементом дитячого виховання. Вони впливають на фізичний і розумовий розвиток дитини, відіграють важливу роль в естетичному вихованні. Але найважливішою вимогою до іграшки є її безпечність.

Як відомо, безпечність іграшки – споживна властивість іграшки, за якої ризик заподіяння шкоди здоров'ю людини та довкіллю в разі споживання товару, обмежена допустимим рівнем [49].

Введення іграшок в обіг дозволяється тільки якщо вони відповідають вимогам безпеки для життя та здоров'я споживачів у разі використання за призначенням за умови передбачуваної поведінки дітей.

З метою недопущення використання на території України небезпечних іграшок, Постановою Кабінету Міністрів України від 28 лютого 2018 р. №151 затверджений Технічний регламент безпечності іграшок [68]. Перед введенням іграшок в обіг виробник (імпортер) зобов'язаний забезпечити їх відповідність вимогам щодо безпечності, які встановлені у Технічному регламенті.

Вимоги Технічного регламенту безпечності іграшок передбачають, що іграшки повинні бути безпечними для споживачів, не створювати у разі їх використання небезпеки для життя та їх здоров'я. Відповідність іграшки до вимог регламенту підтверджується нанесенням виробником на кожен іграшку попередження та у разі потреби зазначати попередження в інструкціях з експлуатації, які супроводжують іграшку. Маленькі іграшки, які реалізуються без упаковки, вони повинні мати відповідні попередження, що кріпляться до них [48]. Також слід зазначити, що на пакуванні, інструкції з експлуатації або інший супроводжувальний документ має бути національний знак відповідності.

Особливості продажу іграшок наведено у "Правилах роздрібної торгівлі непродовольчими товарами", які затверджені наказом Міністерства

економіки та з питань європейської інтеграції України від 11.03.2004 р. №98 .

Маркування не повинно погіршувати зовнішній вигляд іграшки. У маркуванні вказують найменування підприємства — виробника та його адресу, товарний знак, найменування іграшки, артикул, роздрібну ціну, номер ДСТУ, дату виготовлення, кількість іграшок в ящику або пачці.

Нанесення національного знака відповідності має бути після виконання процедур санітарно-епідеміологічної експертизи. Як зазначено в ДСП 5.5.6.012— 98 «Державні санітарні правила і норми безпеки іграшок та ігор для здоров'я дітей» [25], попередньо повинно бути проведено процедуру санітарно-епідеміологічної експертизи на підтвердження відсутності шкідливих речовин для організму людини. Нанесення національного знака є підтвердженням відповідності та є обов'язком виробника або уповноваженої ним особи, чи особи, яка вводить іграшку в обіг.

Також перед введенням в обіг кожна іграшка не має обходитись без нанесеного національного знака відповідності «заборонено». Документально це підтверджується декларацією про відповідність іграшки вимогам Технічного регламенту. Санітарно-гігієнічні вимоги, яким повинні відповідати іграшки визначаються центральним органом виконавчої влади у сфері охорони здоров'я. Підтвердженням якості іграшок є декларація відповідності та сертифікати якості. Декларація про відповідність містить інформацію, що підтверджує виконання вимог безпеки, встановлених у Технічному регламенті [68] . Документально це підтверджується декларацією про відповідність іграшки вимогам безпеки та має право на ведення іграшки в обіг (Додаток А-В).

Декларація відповідності є обов'язкова. Декларація складається виробником або його уповноваженим представником, або постачальником, що відповідає за введення продукції в обіг в Україні. При цьому уповноважений представник та постачальник мають бути резидентами України, офіційно уповноваженими виробником на введення продукції в обіг

в Україні, та повинні нести повну відповідальність за відповідність продукції вимогам чинних в Україні технічних регламентів, що її стосуються.

Слід зазначити, що сертифікація іграшок є добровільною, але наявність сертифіката відповідності на іграшку є документальним свідченням якості та безпеки продукції вимогам діючих нормативних документів. Сертифікат засвідчує позитивний висновок щодо солей, важких металів. Солі важких металів, до них відносяться: сурма, миш'як, барій, кадмій, хром, свинець, ртуть і селен, вони як правило, використовують у барвниках для іграшок. Тобто їх вміст допускається, але в строго обмежених кількостях (до 25 міліграма/кг). Ретельну перевірку вмісту токсичних елементів у складі іграшок перевіряють саме під час проведення експертизи в установах МОЗ України та при проведенні випробувань на відповідність згідно з ДСТУ EN 71 – 3:2003 «Безпечність іграшок. Частина 3. Міграція певних елементів» [6]. Тому, коли на іграшку наявна не лише декларація про відповідність, а ще й сертифікат відповідності, то ця продукція викликає більшу довіру у споживача.

Якість іграшок має відповідати наступним вимогам:

- вимоги до безпеки;
- вимоги до електричних властивостей;
- санітарно-гігієнічні вимоги;
- вимоги до хімічних властивостей;
- вимоги до радіоактивності;
- вимоги до займистості матеріалів;
- вимоги до фізичних та механічних властивостей.

Основні вимоги щодо безпеки дитячих іграшок:

- Іграшки повинні бути безпечними для споживачів, не створювати у разі їх використання небезпеки для життя та здоров'я і ризику отримання фізичної травми. Небезпека може бути пов'язана з конструкцією іграшки та складом матеріалів, з яких вона виготовлена, зокрема такою, яку неможливо повністю усунути шляхом зміни конструкції та складу

матеріалів без зміни функції або позбавлення іграшки її важливих властивостей (невіддільна).

- Рівень небезпеки, пов'язаної з користуванням іграшкою, не повинен перевищувати рівень здатності дітей чи осіб, які їх доглядають, усунути таку небезпеку.
- На пакуванні та (або) етикетці, в інструкції з експлуатації іграшок зазначаються:
- Мінімальний вік дитини, для якої призначена іграшка, та у разі потреби інформація про обов'язковий нагляд з боку дорослих під час користування нею;
- Інформація для дітей та осіб, які їх доглядають, про небезпеку, пов'язану з використанням іграшки, способи її усунення.

Вимоги щодо безпечності іграшок, настільних ігор, зазначені в таких нормативних документах:

- ✓ ДСТУ EN 71— 1:2016 Безпечність іграшок. Частина 1. Механічні та фізичні властивості [8];
- ✓ ДСТУ EN 71— 2:2017 Безпечність іграшок. Частина 2. Займистість [9];
- ✓ ДСТУ EN 71— 3:2016 Безпечність іграшок. Частина 3. Міграція певних елементів [10];
- ✓ ДСТУ EN 71— 6:2005 Безпечність іграшок. Частина 6. Графічний попереджувальний символ позначення віку [11];
- ✓ ДСТУ EN 71— 8:2016 Безпечність іграшок. Частина 8. Розвивальні іграшки для домашнього використання [12];
- ✓ ДСТУ ISO 8124—1:2003. Безпечність іграшок. Частина 1. Аспекти безпеки, що стосуються механічних та фізичних властивостей [4];
- ✓ ДСТУ ISO 8124-2:2003. Безпечність іграшок. Частина 2. Займистість [5];
- ✓ ДСТУ ISO 8124-2:2003. Безпечність іграшок. Частина 3. Міграція певних елементів [6];

- ✓ ДСТУ CEN/TR 15071:2010 Безпечність іграшок. Національні переклади застороги та інструкції з використання наведених у стандартах EN 71 (CEN/TR 15071:2005, IDT) [7];
- ✓ ДСТУ ISO 8317:2005 Пакування, безпечне для дітей. Вимоги та методи пакування багаторазового закриття [29];
- ✓ Технічному регламенті безпечності іграшок [68];
- ✓ ДСанПіН №5.5.6.012— 98 «Державні санітарні правила і норми безпеки іграшок та ігор для здоров'я дітей» [25];
- ✓ СанПін №42—123—4240—86 «Допустимые количества миграции (ДКМ) химических веществ, выделяющихся из полимерных и других материалов, контактирующих с пищевыми продуктами, и методы их определения» [26].

Якість іграшок має відповідати встановленим стандартам, кресленням і зразкам — еталонам. Іграшки повинні мати чітку правильну форму, гладку поверхню без гострих, ріжучих країв, задирок, вм'ятин та не загрожувати здоров'ю та життю дитини.

Якість іграшок оцінюють органолептичними та за фізико-хімічними показниками з обов'язковим випробуванням їх на безпеку (обов'язковий гігієнічний висновок). Крім того, оцінюють художнє оформлення індивідуальної упаковки (матеріал, надійність, інформативність, виразність), а також правильне оформлення етикеток. Іграшки виготовляють лише одним сортом і піддають 100% перевірці в процесі приймання.

На підприємстві ТОВ «Альфа-Забава» оцінка якості та безпечності не проводиться, іграшки надходять в торговельну мережу вже з сертифікатами та декларацією про відповідності якості (Додаток Г— И) .

Так, наприклад, ТОВ «Мир Хоббі Україна» експертизу проводить Орган з оцінки відповідності ТОВ «Орган з сертифікації «ПромСтандарт»», яка розташована за адресою: м. Біла Церква, вул. Січневого Прориву 84 . Висновки санітарно-епідеміологічної експертизи (гігієнічний сертифікат) Міністерства охорони здоров'я України видаються на відповідність іграшок

вимогам ДСан Пін №5.5.6.012— 98 «Державні санітарні правила і норми безпеки іграшок та ігор для здоров'я дітей» та СанПін №42— 123— 4240— 86 «Допустимые количества миграции (ДКМ) химических веществ, выделяющихся из полимерных и других материалов, контактирующих с пищевыми продуктами, и методы их определения». Під час експертизи іграшки перевіряють на відповідність встановленим медичним критеріям безпеки / показникам, а саме на вміст формальдегіду, стиролу, свинцю, кадмію, стійкість пофарбування, рівень звуку. (Табл.3.2.) . Надано для порівняння декларації відповідності, таких фірм, як ТОВ «Мір Хоббі Україна» (Зразок 1), ТОВ «Бельвіль» (Зразок 2), ТМ «Аріал» (Зразок 3), (Рис.3.3. - Рис.3.5.) .



Рис.3.3. Зразок 1

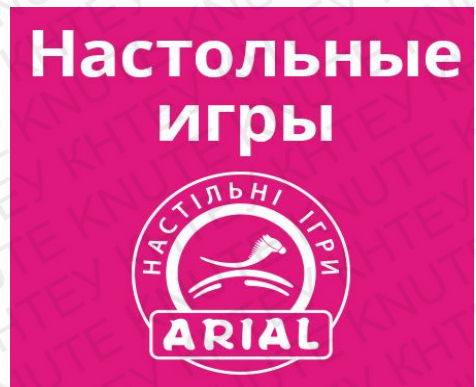


Рис.3.4. Зразок 3



Рис.3.5. Зразок 2

Таблиця 3.2

Результати санітарно–епідеміологічної експертизи

№	Показники безпеки, мг/л	Згідно з НД	Зразок 1 (Хоббіворд)	Зразок 2 (Бельвіль)	Зразок 3 (Аріал)	Висновок
1	Дефенілгуанідин	0,15	0,15	0,15	0,15	Відповідає
2	Етилацетат	0,1	0,1	0,1	0,1	Відповідає
3	Формальдегід	0,1	0,1	0,1	0,1	Відповідає
4	Капролактан	0,5	0,5	0,5	0,5	Відповідає
5	Анетон	0,1	0,1	0,1	0,1	Відповідає
6	Метилловий спирт	0,2	0,2	0,2	0,2	Відповідає
7	Ізобутиловий спирт	0,5	0,5	0,5	0,5	Відповідає
8	Фталати сумарно	0,05	0,2	0,2	0,2	Відповідає
9	Стирол	0,01	0,01	0,01	0,01	Відповідає
10	Свинець	0,03	0,03	0,03	0,03	Відповідає

Продовження таблиці 3.2

11	Кадмій	0,001	0,001	0,001	0,001	Відповідає
12	Мідь	1,0	1,0	1,0	1,0	Відповідає
13	Ртуть	0,005	0,0015	0,0015	0,0015	Відповідає
14	Кобальт	0,1	0,1	0,1	0,1	Відповідає
15	Миш'як	0,1	0,025	0,025	0,025	Відповідає
16	Барій	25	0,1	0,1	0,1	Відповідає
17	Сурма	0,2	0,1	0,1	0,1	Відповідає
18	Селен	2,0	2,0	2,0	2,0	Відповідає
19	Нікель	0,1	0,1	0,1	0,1	Відповідає
20	Хром	0,1	0,1	0,1	0,1	Відповідає

Отже, за результатами державної санітарно-епідеміологічної експертизи настільні ігри ТОВ «Мір Хоббі Україна Україна» та згідно з додатком до Висновку, за наданим заявником зразком відповідають вимогам діючого санітарного законодавства України і за умови дотримання вимог

Висновку санітарно–епідеміологічної експертизи МОЗ України можуть бути використані в заявленій сфері застосування. Висновок дійсний три роки.

Відповідність за дотримання цього висновку несе заявник, а саме фірма ТОВ «АЛЬФА–ЗАБАВА». При зміні рецептури, технології виготовлення, які можуть змінити властивості об'єкта експертизи або спричинити негативний вплив на здоров'я людей, сфери застосування, умов застосування об'єкта експертизи Висновок санітарно-епідеміологічної експертизи МОЗ України втрачає силу.

Іграшки ТОВ «АЛЬФА–ЗАБАВА» відповідають вимогам стандартів ДСТУ EN 71— 1:2006 «Безпечність іграшок. Частина 1. Механічні і фізичні властивості», ДСТУ EN 71— 2:2005 «Безпечність іграшок. Частина 2. Займистість», ДСТУ EN 71— 3:2005 «Безпечність іграшок. Частина 3. Міграція певних елементів» та висновку санітарно-епідеміологічної експертизи МОЗ України, та наявність сертифікації всіх іграшок, застосування яких є доказом відповідності вимогам Технічного регламенту безпеки іграшок. Декларації складена на підставі сертифіката перевірки типу, виданого ДП «Укрметртестстандарт». Додатки А— Ж

Отже, безпечність іграшок є дуже важливою. Іграшки не повинні заподіяти шкоди здоров'ю споживача та довкіллю, за правильного використання іграшки. Якість іграшок має відповідати певній низці вимог: вимоги до безпеки, вимоги до електричних властивостей, санітарно–гігієнічні вимоги, вимоги до хімічних властивостей, вимоги до радіоактивності, вимоги до займистості матеріалів, вимоги до фізичних та механічних властивостей.

Іграшки мають проходити процедуру санітарно-епідеміологічної експертизи, після чого на упаковці/ярлику, маркування наноситься національний знак відповідності. Слід зазначити, що сертифікація іграшок являється добровільною, а декларація відповідності є обов'язкова. Щодо вимог безпечності іграшок є ціла низка нормативних документів, зокрема: ДСТУ, Технічний регламент безпечності іграшок, ДСанПіН.

3.3. Виявлення споживчих переваг та оцінки безпечності настільно-друкованих ігор.

Для вивчення потреб споживачів доцільно використовувати споживчу оцінку, оскільки дійсна якість продукції виявляється лише при використанні і оцінити її повною мірою може тільки споживач.

Так як іграшки є товаром особливого попиту на цей вид товару тільки з кожним роком, та кожним покращення добробуту населення збільшується попит.

Значну роль у вирішенні завдання забезпечення споживачів необхідним товарами, які відповідають їх потребам має споживча оцінка, оскільки дійсна якість продукції проявляється лише при вживанні і оцінити її повною мірою може тільки споживач. Для виявлення споживчих переваг настільних ігор було обрано такий вид маркетингового дослідження, як анкетування.

Споживчі переваги – це прагнення, бажання споживачів придбати виріб з певними споживчими властивостями. Бажання споживачів можна виявити за допомогою анкети [75].

Анкета – це список запитань, який видається респондентам в ідентичній друкарській формі для заповнення. Вона складається з 3 основних частин [75]:

- ✓ вступ — звертання до респондента (мета, завдання дослідження);
- ✓ основна частина — запитання до респондента, що стосуються об'єкта дослідження;
- ✓ висновки — запитання, що стосуються соціального портрета респондента (вік, стать, сімейний і соціальний стан тощо).

Споживча оцінка – це висловлене певним чином ставлення споживача до конкретного виробу, його окремих споживчих властивостей, сукупності виробів, що виникає під впливом об'єктивно-суб'єктивних чинників [71].

Споживча оцінка дає можливість:

- визначити ступінь відповідності асортименту та якості товарів вимогам різних груп споживачів;

- з'ясувати причини невідповідності якості конкретних виробів або їх окремих споживних властивостей вимогам споживачів;
- визначити значущість властивостей товару для споживачів;
- розробити пропозиції та рекомендації щодо підвищення якості оцінюваних товарів або зняття їх з виробництва;
- зробити попередній висновок про можливість масового виробництва нових товарів або моделей [62].

На підприємстві ТОВ «Альфа–Забава» була розроблена анкета та проведено соціологічне опитування серед відвідувачів магазину «Будинок Іграшок» класу Делюкс, що м.Києві. Саме цей магазин було обрано не випадково, адже це один із найбільших магазинів мережі «Будинок Іграшок» і в нього самий широкий і повний асортимент настільних ігор. Було опитано 100 відвідувачів різних вікових категорій. Розроблена анкета наведена в Додатку К.

Серед споживачів, що відповідали на нашу анкету були батьки, які зацікавлені в придбанні настільних ігор для своїх дітей та онуків. Під час проведення анкетування було опитано близько 100 споживачів різного віку.

Респондентами були сім'ї різних вікових категорій, а саме: молоді батьки віком до 25 років - склали 24%, найбільшу частку – 33%, складають сім'ї від 26 до 35 років, близько 19% - респонденти від 36 до 45 років категорії 14 % та 10% це респонденти вік яких від 46 до 55 складає, та людей старше 56 років. Кількість опитаних споживачів зображено на (Рис.3.5)

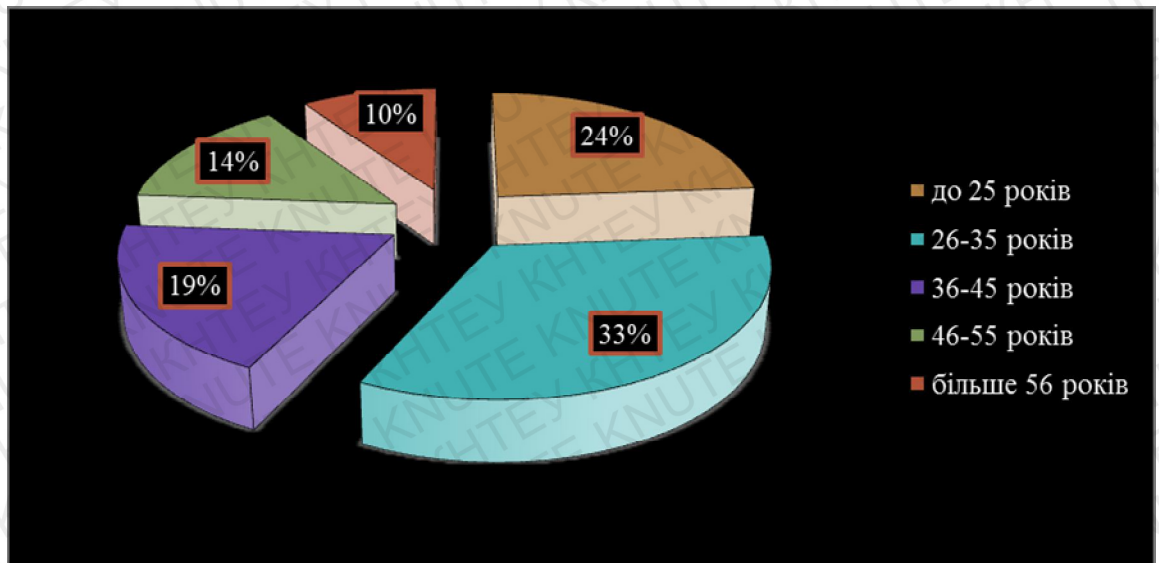


Рис. 3.5. Розподіл респондентів за віковою категорією

На рис. 3.5. наведено розподілені за віковою категорією респонденти, які мають настільні ігри. В більшості випадків споживачі, які мають настільні ігри припадають на вік від 26 - 35 років.

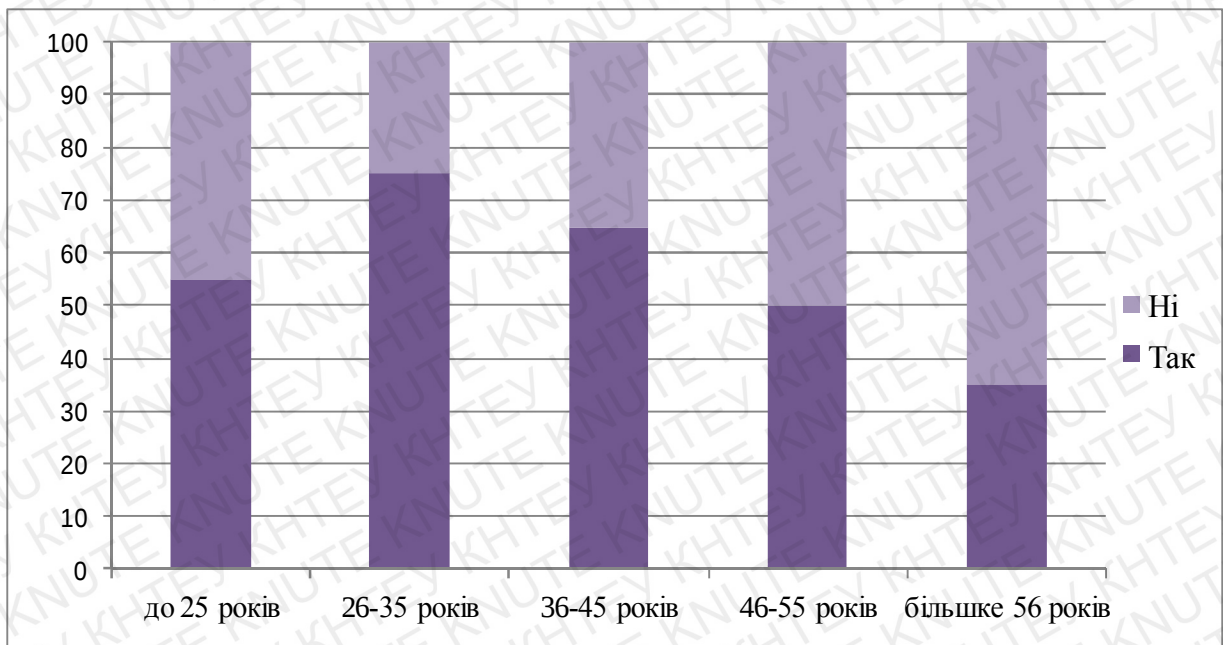


Рис. 3.6. Кількість респондентів за віковою ознакою, що мають настільні ігри та найменшу частку цієї

Основними покупцями настільних ігор є батьки, які мають дітей віком від 5-7 років (35%). Частка батьків з дітьми від 7-9 років становить 20%, тоді як батьки, які мають діток з 3-5 років, складають 15%, адже вони тільки починають знайомити дітей з іграми. На 3 % менше складає група дітей віком

від 10-12% років і найменше кількість споживачів в категорії настільних ігор складають саме батьки (8%), які купують ігри для себе та для дорослих на подарунок (Рис.3.7.)

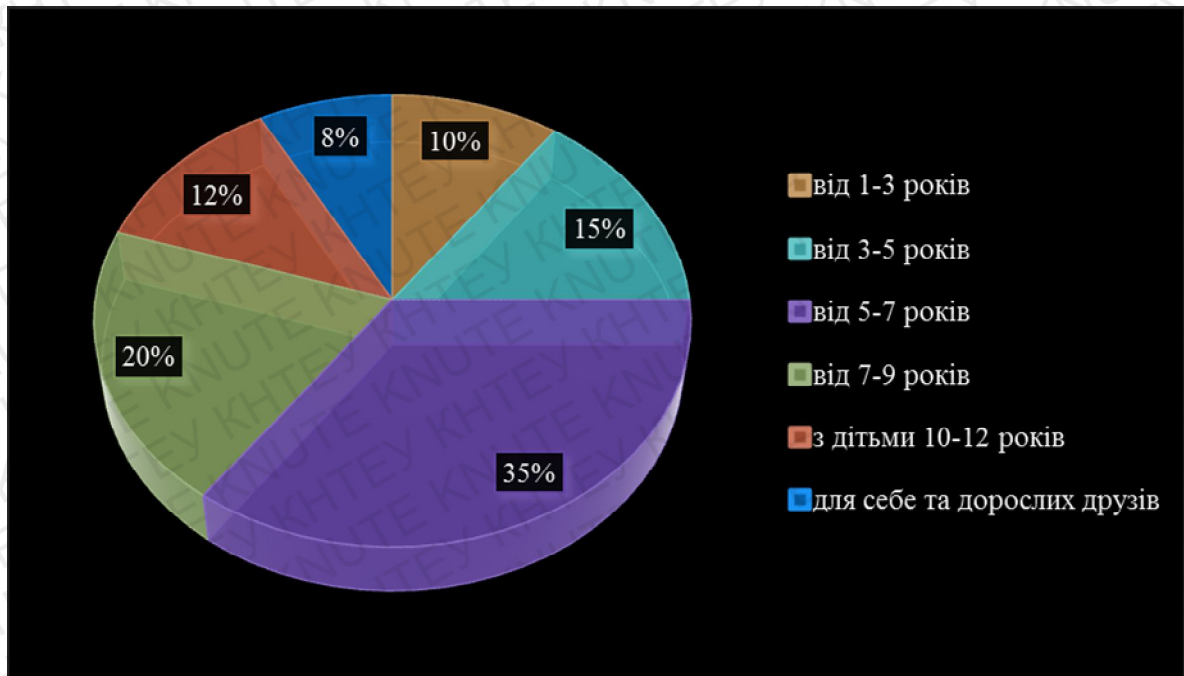


Рис.3.7. Кількість дітей за віковою категорією, яким купують настільні ігри

Для орієнтування асортименту та цінової політики споживачів важливо визначити рід заняття потенційних споживачів (Рис.3.8.).

Опитані споживачі мають різні сфери занять: навчаються у навчальних закладах – 15 % опитуваних, ті що працюють складають близько 35 % та безпосередньо ті споживачів, що займають перше місце серед цільових споживачів – домогосподарки, склали 50 %.

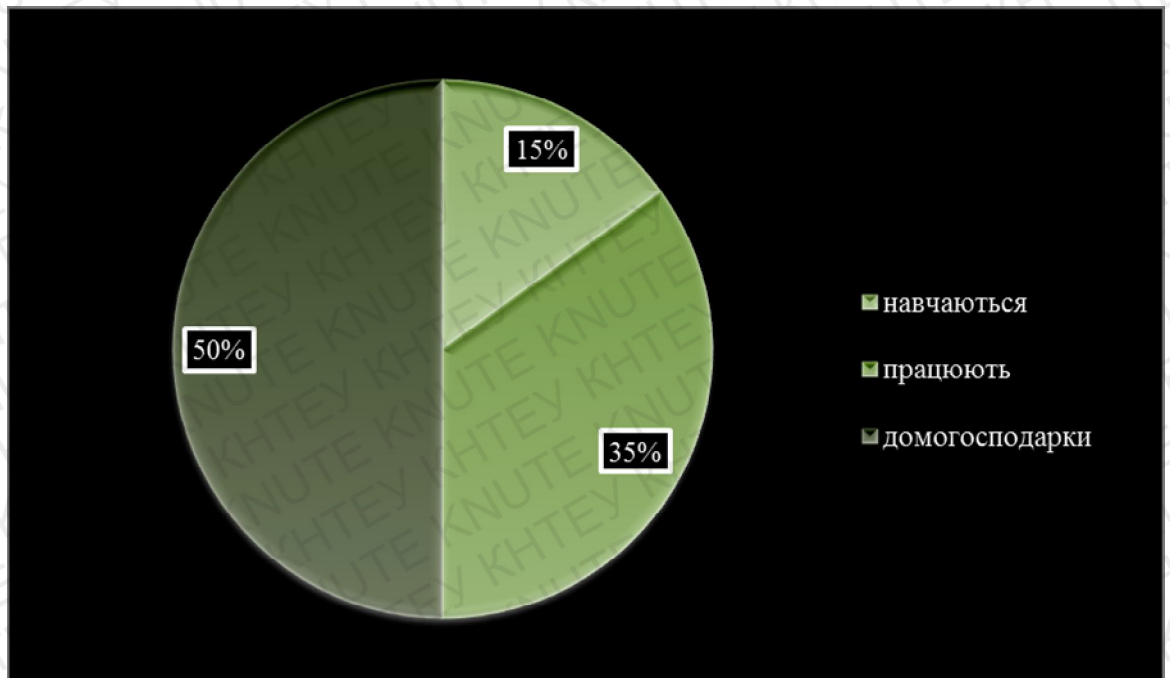


Рис.3.8. Сфера занять опитаних споживачів

Споживчі переваги щодо вибору іграшок прямо залежать від прибутків споживачів. Споживачі з високим середньомісячним прибутком можуть дозволити собі частіше купувати настільно-друковані ігри. Середньомісячні прибутки опитаних споживачів наведені на рис. 3.9.

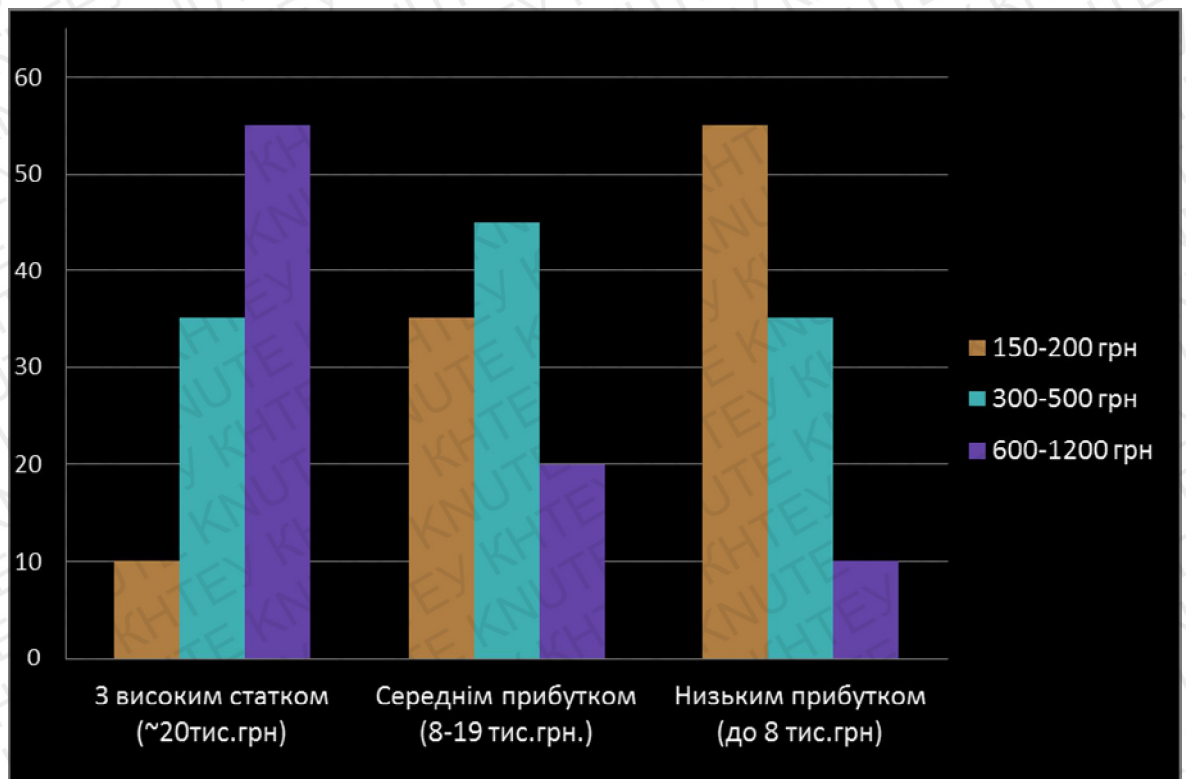


Рис. 3.9. Середньомісячний прибуток опитаних споживачів

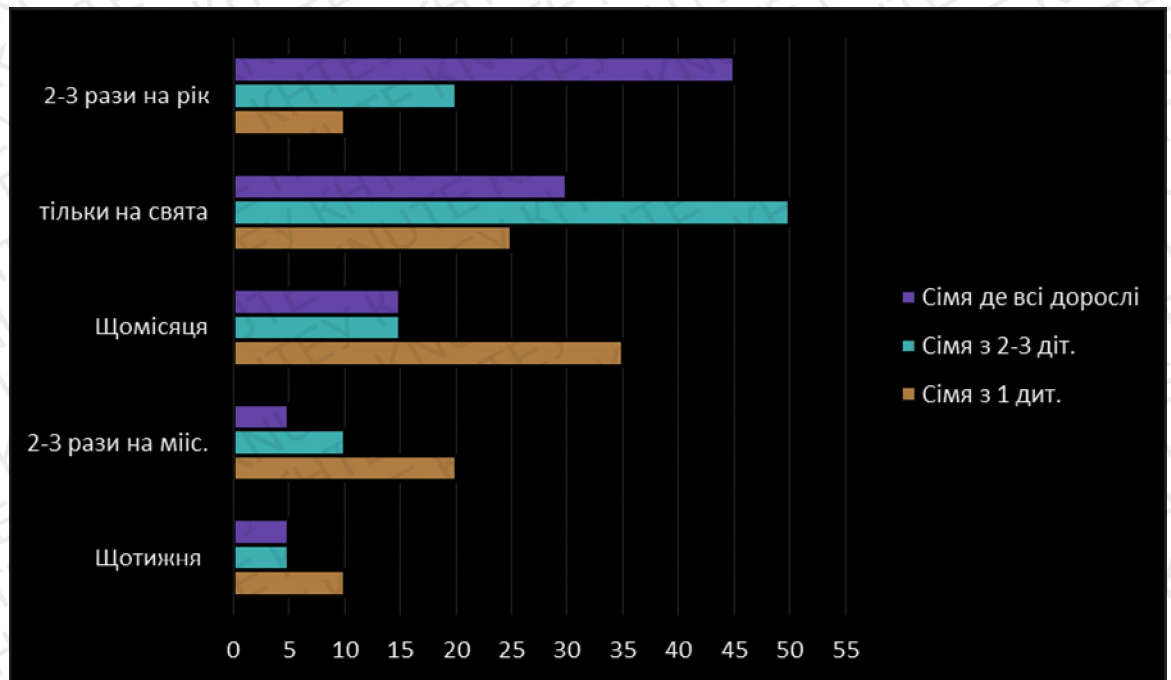


Рис. 3.10. Категорія сімей за частотою купівлі настільних ігор

Отже, проаналізувавши данні анкетування та наведені вище діаграми рис. 3.9. - 3.10. можна стверджувати, що більшість респондентів складають сім'ї з однією дитиною, більшість батьків відносяться до вікової категорії 26-35 років, маючи середньомісячний прибуток та купують настільні ігри щомісяця та на свята, в діапазоні 300-500 грн.

Щодо визначення споживчих переваг споживачів щодо виду настільних ігор за ігровим процесом.

Діаграма рис. 3.11. відображає уподобання опитуваних респондентів щодо різних видів ігор за ігровим процесом. Та побажання споживачів щодо розширення асортименту.

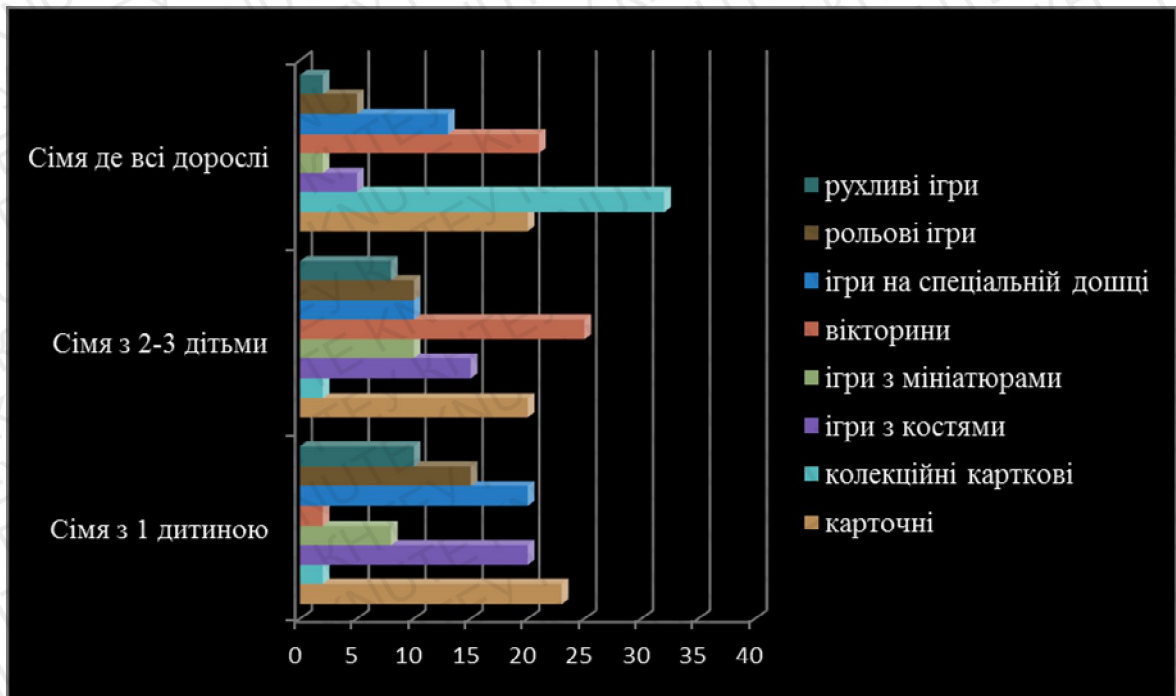


Рис. 3.11. Вплив показників виду настільних ігор на здійснення покупки споживачами за різним складом сім'ї

Як показало анкетування більшість сімей з 1 дитиною надають перевагу картковим іграм та іграм на спеціальній дошці. Сім'ї з 2-3 дітьми надають перевагу вікторинам та картковим іграм, та в сім'ях де всі дорослі переважають ігри з колекційними ігровими картками та вікторини.

Також було проведено опитування респондентів щодо розширення асортименту певних видів настільних ігор. На Рис. 3.12. видно, що більшість споживачів задовольняє асортимент, та є такі категорії ігор, наприклад, колекційні карточні ігри та ігри на спеціальній дошці, яких слід збільшити асортимент.

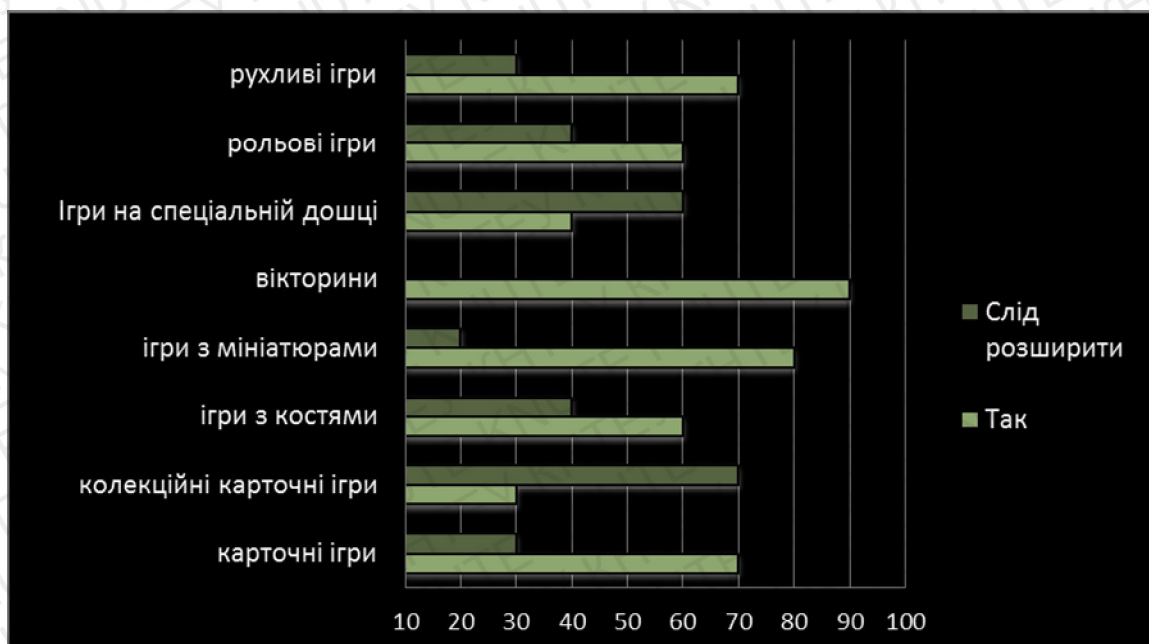


Рис. 3.12. Розширення асортиментного виду за категоріями настільних ігор

Також було проведено аналіз вподобань споживачів щодо країни виробника. Зокрема, очевидним фаворитом у виборі є польське виробництво ігор – 25 %, Бельгія посідає друге місце за вибором – 17 %, США – 13%, Фінляндія, Україна, Росія та Китай – 10 %, і лише 5% Німеччина. (Рис.3.13)

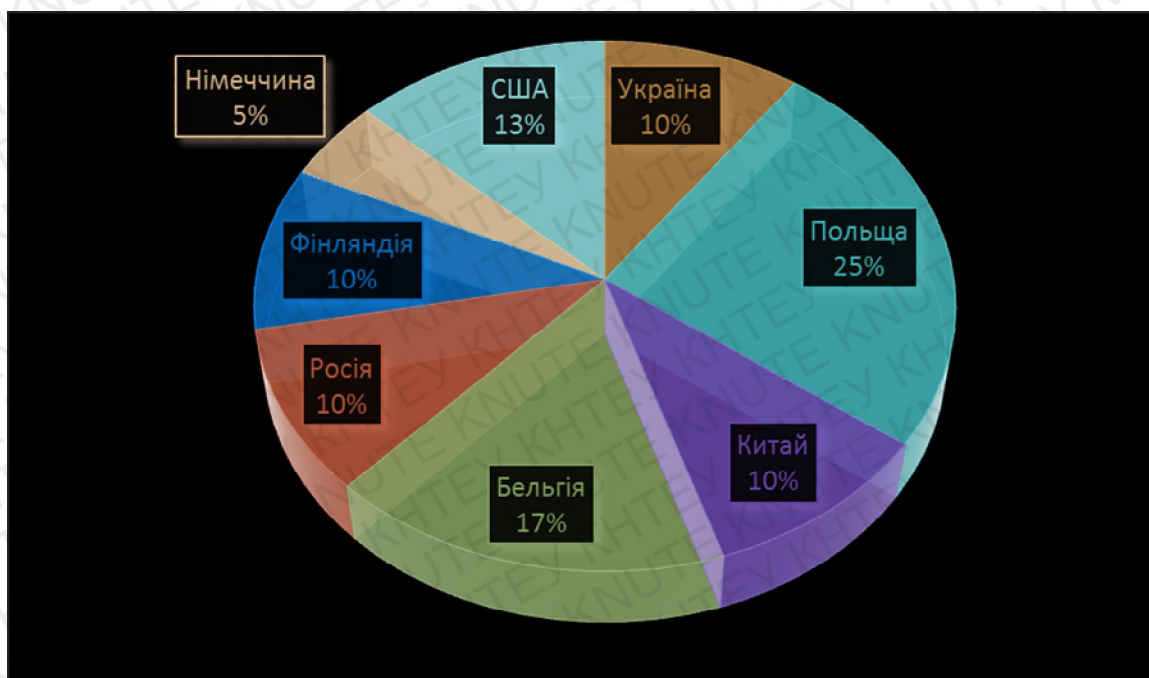


Рис.3.13. Вибір споживачів за країною виробником

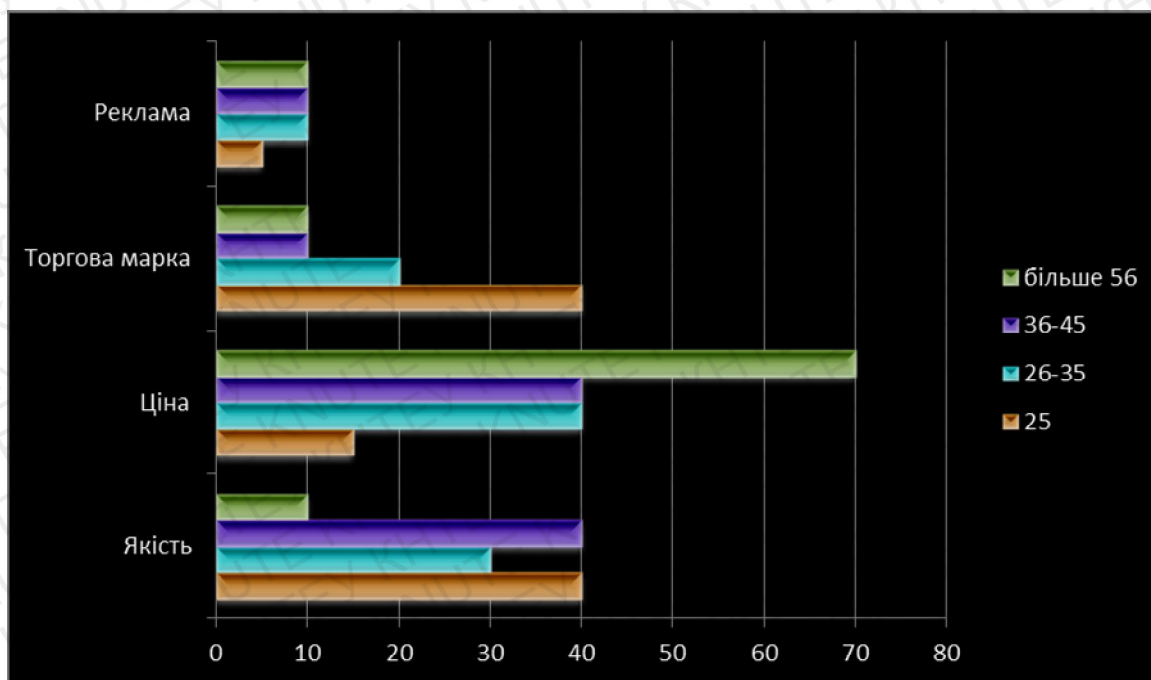


Рис. 3.14. Вплив показників іграшок на здійснення покупки споживачами

Як видно на рис.3.14. споживачі вікової категорії 25 років звертають увагу на показники якості товару та її торгову марку. Тобто споживачі роблять висновок про якість настільних ігор, виходячи із репутації виробника на ринку. З наступним підвищенням вікової категорії споживачі все більшу увагу звертають на ціну товару. Це пояснюється тим, що в даних вікових категоріях, старше 56, багато пенсіонерів, які мають низькі прибутки, і тому для них важливим є цінові показники.

Отже, дане дослідження за допомогою анкетування дало можливість виявити споживчі переваги та споживчі мотиви, якими керуються українські споживачі при купівлі настільних ігор. Аналіз чітко показує, що цільовою аудиторією споживачів, які купують настільні ігри є молоді сім'ї, зокрема домогосподарки, що найбільше купують настільні ігри для дітей віком від 3-7 років, при купівлі надають перевагу картковим іграм та вікторинам, в залежності від вікової категорії для здійснення покупки споживачі зважають на цінову політику ігор.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Проведене дослідження особливостей організації ланцюгів постачання настільних ігор дає можливість зробити наступні висновки:

1. Визначено закордоними вченими і фахівцями, логістичний ланцюг – це лінійно упорядкована послідовність фізичних або юридичних осіб - постачальників, посередників, перевізників тощо, що безпосередньо беруть участь у доведенні конкретної партії продукції до споживача.

2. До функцій логістичного ланцюга відносяться: придбання товарів за найбільш вигідною ціною; придбання товарів найкращої якості; взаємодія лише з надійними постачальниками; підтримання високої обіговості товарних запасів; зниження витрат на закупівлі, тощо.

Логістичний ланцюг формується на засадах кооперації постачальників сировини, матеріалів, покупних частин, перевізників, складських підприємств, посередників, виробників, виробників-субпідрядників, підприємств та організацій дистрибуційної мережі, споживачів з метою спільної координації їх діяльності в координатах простір — час.

3. Формування ланцюга постачання, визначення його структури зіштовхується з обґрунтуванням його основних характеристик – протяжності тобто довжини, ширини і потужності. Особливості формування ланцюгів постачання настільних ігор були розглянуті на базі підприємства ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА» - це мережа «Будинку іграшок». Будинок іграшок - найбільша українська мережа магазинів іграшок. Основними напрямками діяльності компанії є організація постачання іграшок та роздрібна торгівля іграми та іграшками в спеціалізованих магазинах, надання сервісного обслуговування та забезпечення споживчого попиту для реалізації кінцевої мети – прибутку від реалізованих товарів.

4. Дослідження довело, що безпосередній процес формування ланцюга постачання включає такі етапи: визначення та формування цілей функціонування логістичної системи підприємства, аналіз цілей та обмежень

зовнішнього середовища функціонування логістичної системи підприємства, визначення вимог, яким повинна відповідати логістична система підприємства, формування логістичних підсистем підприємства, синтез складових логістичної системи підприємства: аналіз різних варіантів логістичних систем; вибір і формування доцільних логістичних підсистем; організація окремих підсистем в єдину логістичну систему підприємства.

5. Під час дослідження було встановлено, що для успішної роботи ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА» на ринку іграшок, потрібні настільні ігри, постачання яких здійснюється через заздалегідь сформовані ланцюги. Основними видами настільних ігор є: карткові ігри, колекційні карткові ігри, ігри з костями (дайсами), ігри з мініатюрами, вікторини, ігри на спеціальній дошці, рольові ігри, рухливі ігри.

Аналіз основних показників діяльності ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА» протягом 2015-2017 рр. дає підстави стверджувати про те, що його господарська діяльність ефективна, та ефективність компанії з кожним роком збільшується. Обсяги поставок в звітному 2017 році, збільшились на 8149,2 тис. грн. (5,12 %) у звітному 2015 році та порівняно до 2016 року, у 2017 році обсяг постачання збільшився на 9889,4 тис.грн (6,28 %).

6. Доведено, згідно ABC- аналізу що, якщо витрати на заходи у сфері закупівель потрібно скоротити, то доцільно приділити увагу насамперед постачальникам ТОВ «Мір Хоббі», ТОВ «Паритет», ТОВ «Аріал» оскільки перегляд роботи з ними може вплинути на загальний обіг підприємства.

Сумісний ABC та XYZ-аналіз у результаті дає можливість стверджувати, що обсяги закупівлі товару перевищують попит на настільні ігри. Зокрема, найкращі показники забезпечує постачальник ТОВ «Бельвіль», саме цей постачальник показує високу прибутковість. Однак, всі постачальники на ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА» характеризуються не регулярністю закупівель та низьким рівнем прогнозованості. Щодо співпраці з постачальниками ТОВ «Паритет», ТОВ «Аріал» характеризуються

нерегулярністю закупівель, низьким рівнем прогнозованості та низьким рівнем прибутковості, тому варто проаналізувати та переглянути умови постачання товару на ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА».

7. Аналіз стану та тенденцій розвитку ринку настільних ігор показало, що в Україні за 2017 рік доходи від реалізації році перевищила планові показники на 51,66%, в порівнянні з минулим 2016 роком. Виручка за проданий товар збільшилась на 155 тис.грн, тобто темп зростання продажу дає можливість сказати про позитивну динаміку продажу настільних ігор.

ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА» реалізуючи іграшки, має такі види настільних ігор, як: карточні ігри, колекційні карткові ігри, ігри з костями (дайсами), ігри з мініатюрами, вікторини, ігри на спеціальній дошці, рольові ігри, рухливі ігри.

Ринок дитячих іграшок є одним з найперспективніших напрямів бізнесу. За даними маркетингових досліджень, сучасний ринок дитячих товарів – один з найдинамічніших: його річне зростання становить 2-3%. Стабільне зростання продажу дитячих товарів в Україні відзначене з 2010 року середини 2018 року. Так, сучасний ринок дитячих товарів оцінюється в 25 млрд. доларів.

У I кварталі 2018р. експорт товарів становив 830,4 млн. дол. США, імпорт – 426,0 млн. дол.. Порівняно із I кварталом 2017р. експорт збільшився на 22,9% (на 154,6 млн. дол.), імпорт – на 53,9% (на 149,1 млн. дол.). Позитивне сальдо становило 404,4 млн. дол. (у I кварталі 2017р. також позитивне – 398,8 млн. дол.). Коефіцієнт покриття експортом імпорту склав 1,95 (у I кварталі 2017р. – 2,44). Завдяки освоєнню нових видів конкурентоспроможної та експортоорієнтованої продукції область розширює зовнішні ринки збуту: зовнішньоторговельні операції проводились із партнерами із 125 країн світу. При цьому імпорт становить близько 80 %: з них 60 % - продукція вироблена в Китаї, інші 20 % припадають на продукцію з Бельгії та Сполучених Штатів Америки; 15 % іграшок виробляють у

країнах СНД. Частка вітчизняного виробника на ринку іграшок дуже незначна - всього 15 %.

8. Визначено, що значенню іграшок з наукової точки зору почали приділяють велику увагу, так як іграшки відносяться до товару особливого призначення. Іграшки являються дієвим способом виховання покоління, зокрема, настільні ігри.

Настільні ігри – це прекрасний для всієї родини вид розваги і проведення дозвілля. Настільні ігри класифікують за основною функцією, змістом, ігровим процесом, кількістю гравців, мірою кооперації гравців та за динамікою гри.

Та сучасні батьки все частіше приділяють увагу на якість іграшок та їх споживним властивостям такими, як: функціональність, ергономічність, надійність, екологічність, безпечність та естетичність.

Іграшки – це товари, які в першу чергу повинні бути якісними та безпечними. Вимоги до якості іграшок регламентуються в таких законодавчо-нормативних актах, як: ДСанПіН 5.5.6.012-98, Державні санітарні правила і норми безпеки іграшок та ігор для здоров'я дітей” та технічний регламент безпеки іграшок.

Вимоги до якості іграшок класифікуються на: вимоги до безпеки, вимоги до електричних властивостей, вимоги до фізичних та механічних властивостей, вимоги до займистості матеріалів, санітарно-гігієнічні вимоги, вимоги до радіоактивності та вимоги до хімічних властивостей.

На підприємстві ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА» оцінка якості та безпечності не проводиться, іграшки надходять в торговельну мережу вже з сертифікатами та декларацією про відповідності якості.

9. Визначено, що сертифікація іграшок являється добровільною, а декларація відповідності є обов'язкова. Щодо вимог безпечності іграшок є ціла низка нормативних документів, зокрема: ДСТУ, Технічний регламент безпечності іграшок, ДСанПіН.

На підприємстві ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА» була розроблена анкета та проведено соціологічне опитування серед відвідувачів магазину «Будинок Іграшок». Анкета була розроблена для виявлення споживчих переваг та оцінки безпечності настільно-друкованих ігор. За даними анкетування цільовою аудиторією споживачів є молоді батьки вікової категорії від 25-35 років, зокрема мами – домогосподарки, які купують настільні ігри своїм діткам, вік яких складає 5-7 років, це близько 35%.

Як показало анкетування більшість сімей з 1 дитиною надають перевагу картковим іграм та іграм на спеціальній дошці. Сім'ї з 2-3 дітьми надають перевагу вікторинам та картковим іграм, та в сім'ях де всі дорослі переважають ігри з колекційними ігровими картками та вікторини. Також було проведено опитування респондентів щодо розширення асортименту певних видів настільних ігор, більшість респондентів бажає розширення асортименту на підприємстві ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА».

Отже, дане дослідження за допомогою анкетування дало можливість виявити споживчі переваги та споживчі мотиви, якими керуються українські споживачі при купівлі настільних ігор. Дослідження чітко показують, яким іграм споживачі віддають найбільшу перевагу та якими чинниками керуються, здійснюючи покупку.

Виходячи з вищесказаного, компанії ТОВ «АЛЬФА-ЗАБАВА» можна запропонувати:

1. звернути увагу на дані дослідження та переглянути асортимент настільних ігор;
2. для отримання кількох пропозицій від постачальників, провести більш жорсткі переговори щодо закупівельних цін та отримання знижок;
3. спираючись на ABC- та XYZ-аналіз групування постачальників, переглянути умови постачання, з постачальниками ТОВ «Бельвіль» та ТОВ «KIDDISVIT», та можливе розірвання договору з такими постачальниками, як ТОВ «Аріал», ТОВ «Паритет» та ТОВ «Ranok Creative»;

4. проводити більш ретельнішу підготовку замовлень на постачання та регулярно контролювати страхових запас;
5. часткове зниження ціни на товари постачальників ТОВ «Аріал», ТОВ «Паритет» та ТОВ «Ranok Creative» для збільшення попиту на цей товар;
6. головним напрямком вдосконалення асортименту настільних ігор для ТОВ «Альфа–Забава» є налагодження прямої співпраці з виробниками; розвиток в напрямку виходу мережі «Будинок іграшок» на світовий ринок.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. The NPD Group, Inc [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.npd.com>
2. Апопій В.В. Організація торгівлі [Текст] : Підручник / В.В.Апопій. - К.: Центр навчальної літератури, 2014. - 616 с.
3. Балабанова Л.В. Логістика [Текст] : підручник / Л.В. Балабанова, А.М. Германчук. - Львів: ПП - Магнолія 2006, 2013. - 368 с.
4. Безпечність іграшок. Частина 1. Аспекти безпеки, що стосуються механічних та фізичних властивостей; ДСТУ ISO 8124—1:2003. [Чинний від 01.07.2004], 71 с.
5. Безпечність іграшок. Частина 2. Займистість (ISO 8124-2:1994, IDT); ДСТУ ISO 8124-2:2003 [Чинний від 01.07.2004], 10 с.
6. Безпечність іграшок. Частина 3. Міграція певних елементів; ДСТУ ISO 8124-3:2003. [Чинний від 01.07.2004], 22 с.
7. Безпечність іграшок. Національні переклади застороги та інструкції з використання наведених у стандартах EN 71 (CEN/TR 15071:2005, IDT); ДСТУ CEN/TR 15071:2010 [Чинний від 01.07.2012], 41 с.
8. Безпечність іграшок. Частина 1. Механічні та фізичні властивості: ДСТУ EN 71-1:2016 (EN 71-1:2014, IDT), [Чинний від 01.02.2016]. – К.: Дерстандарт., 2017, - 21 с.
9. Безпечність іграшок. Частина 2. Займистість: ДСТУ EN 71-2:2017 (EN 71-2:2011 + A1:2014, IDT), [Чинний від 01.02.2017], 23 с.
10. Безпечність іграшок. Частина 3. Міграція певних елементів (EN 71-3:2013+A1:2014, IDT) : ДСТУ EN 71-3:2016, [Чинний від 27.12.2016], 38 с.
11. Безпечність іграшок. Частина 6. Графічний попереджувальний символ позначення віку: ДСТУ EN 71— 6:2005, [Чинний від 01.03.2008], 6 с.

- 12.Безпечність іграшок. Частина 8. Розвивальні іграшки для домашнього використання; ДСТУ EN 71— 8:2016, [Чинний від 01.10.2018], 28 с.
- 13.В.І. Довбенко. Логістика процесів розвитку підприємств та їхніх об'єднань : Національний університет “Львівська політехніка”, 2007. – 398-408 с.
- 14.Васелевський М. Ланцюги поставок як інноваційний тренд, [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua/handle/ntb/29339>
- 15.Величко О.П. Сутність логістичного ланцюга та його контроль сучасними агрохолдингами // Вісник соціально-економічних досліджень, 2012 рік, випуск 3 (46), ч. 2., 2012. – 7 с.
- 16.Герцик В.А. Маркетингова політика розподілу [Текст] : навч. посібник / В.А. Герцик, Ю.К. Федорова. – Луганськ: Вид-во СЛУ ім. В. Даля, 2007. – 148 с.
- 17.Глушкова Т.Г., Черняк Л.В., Дзюбак Н.О. Основи товарознавства непродовольчих товарів: Посібник. – К.: КНТЕУ, 2003. – 214 с.
- 18.Голошубова Н.О. Організація торгівлі [Текст]: навч. посібник/ Голошубова Н.О. – К.: Книга, 2012. – 680 с.
- 19.Гордійчук А. С. Організація і технологія матеріально-технічного забезпечення підприємства [Текст] : Навч. посібник/ за заг. ред. А.С. Гордійчука. – Рівне: НУВГП, 2012. – 256 с.
- 20.Горошанська О.О., Аналіз господарської діяльності // ХДУХ та ТОРГІВЛІ, 2015, - 168 с.
- 21.Григорьев М.Н. Логистика [Текст] : учебник / М.Н. Григорьев, А.П. Долгов, С.А Уваров. – М.: Юрайт, 2015. – 734с.
- 22.Гришко В. В.Інноваційний характер управління якістю в логістичних системах [Текст] / В. В. Гришко, В. В. Ржепішевська // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. - 2016. - Вип. 1. - С. 103-112.

23. Гукалюк А. Ф. Удосконалення ланцюгів постачання в умовах трендів міжнародного бізнесу [Текст] / А.Ф. Гукалюк // Економічний аналіз : зб. Наук. Праць / Тернопільський національний економічний університет, 2015. – Том 21. – № 2. – С. 48-54.
24. Дарміць Р.З. Суть, підходи та оцінювання постачальної діяльності підприємств [Текст] / Р. З. Дарміць, Г. П. Горішна // Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна. - 2014. - Вип. 46. - С. 190-194.
25. Державні санітарні правила і норми: ДСанПіН 5.5.6.012-98. - [Чинний від 30.12.1998 № 12]. , 1988. - 34 с.
26. Допустимые количества миграции (ДКМ) химических веществ, выделяющихся из полимерных и других материалов, контактирующих с пищевыми продуктами, и методы их определения: СанПін №42—123—4240—86 - [Чинний від 31.12.1986]., 18с.
27. Джонсон Дж. С., Дональд Ф. Вуд. Современная логистика [пер.с англ.]. 2005. – 624 с.
28. Дідченко Ю. О., Юдіна Н. В. Дослідження ринку дитячих товарів в Україні // Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського». 2010, - 10 с.
29. ДСТУ ISO 8317:2005 Пакування, безпечне для дітей. Вимоги та методи пакування багаторазового закриття ; [Чинний від 01.07.2007], 25 с.
30. Дудар Т.Г. Основи логістики [Текст] : навч. посібник / Т.Г. Дудар, Р.В. Волошин. - К.: Центр учбової літератури, 2012. -176 с.
31. Жук Ю.Т., Жук В.А., Кисляк Н.К., Кушнір М.К., Орлова Н.Ю., Салашинський М.А.. Теоретичні основи товарознавства : НМЦ "Укоопосвіта", 2000. – 336 с.
32. Загарницька І. І. Роль сучасних іграшок в житті дитини; 2011, - 1-7 с.
33. Зрезарцев М. П., Зрезарцев В. М. Товарознавство непродовольчих товарів: Навчальний посібник, Промислово-економічний коледж НАУ. 2007. – 328 с.

- 34.Зросли продажі іграшок [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://vgolos.com.ua/news/zrosly-prodazhi-igrashok_300147.html
- 35.Іванова М. І. Функції логістичної системи [Текст] / М. І. Іванова // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. - 2015. - Вип. 1(1). - С. 88-94.
- 36.Іграшка для дитини та її безпечність. – Режим доступу: <http://www.consumer-cv.gov.ua/igrashka-dlya-dytyny-ta-yiyi-bezpechnist/>
- 37.Іграшки оптичні. Загальні технічні умови // ДСТУ 2165— 93. [Чинний від 01.07.1994],- 8 с.
- 38.Іграшки. Ігри настільні. Загальні технічні умови: ДСТУ 2169-93, – К.: Держспоживстандарт України, [Чинний від 01.07.1994], - 16 с.
- 39.Іграшки. Методи випробувань: ДСТУ 2168-93. – [Чинний від 1994-07-01]. – К.: Держспоживстандарт України, 1994. – 36с.
- 40.Іграшки. Номенклатура показників якості: ДСТУ 3216-95. – [Чинний від 1996-07-01]. – К.: Дерстандарт, 1995. – 42 с.
- 41.Кальченко А.Г. Логістика [Текст] : підручник / А.Г. Кальченко. – К.: КНЕУ, 2005. – 284 с.
- 42.Карпенко О.А. Дослідження переваг логістичного підходу при організації систем матеріально-технічного забезпечення підприємств [Текст] / О. А. Карпенко, С. О. Ковальчук, Є. О. Єфімова // Управління проектами, системний аналіз і логістика. Технічна серія. - 2012. - Вип. 9. - С. 82-85.
- 43.Кіндій М. В. Управління ланцюгами поставок торгових мереж на засадах категорійного менеджменту [Текст] / М. В. Кіндій, Я. В. Малиш, Л. П. Прийма // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Логістика. - 2015. - № 833. - 143-152 с.
- 44.Козак Ю. Г. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств [Текст]: Навч. посіб./ За ред. Ю. Г. Козака, Н. С. Логвінової, К. І. Ржепішевського – 3-тє вид., перероб. та доп. – К.: Центр учбової літератури. – 2010. - 288 с.

45. 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. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pekon_2015_2_20
46. Корнієнко В. Українському ринку – якісні іграшки ! [Електронний ресурс] / В. Корнієнко. – Режим доступу: <http://1001toys.wordpress.com/2011/11/04/українському-ринку-—-якісні-іграшки/>
47. Коротов В.С., Проблеми та перспективи розвитку логістичного забезпечення підприємств. // ХНУСГ імені Петра Василенка, 2016. – 2 с.
48. Костюк Г. В. Теоретико-методологічні засади формування логістичної системи // Київського національного університету технологій та дизайну, 2015, - 5 с.
49. Кривцун Я. Небезпечне дитинство: Яких іграшок варто боятися? [Електронний ресурс] / Я. Кривцун. – Режим доступу: <http://ua.for-ua.com/analytics/2012/02/27/080010.html>
50. Крикавський Є.В. Похильченко О.А., Оцінка результативності інноваційних ланцюгів поставок // Національний університет «Львівська політехніка», 2015. – 2 с.
51. Куделя І.О., Волинчук Ю.В., Логістичне управління процесом постачання на підприємствах, Збірник наукових праць // Луцький національний технічний університет. Випуск 10 (39). – Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2013. – 7 с.
52. Кузнецова М.Н. Методика анализа и оценки поставщиков ресурсов [Текст] / М.Н. Кузнецова// Управление закупками. – 2012. – № 298. – С. 57-61.
53. Лазарев О. Митне оформлення імпорту. Імпорт товарів. [Електронний ресурс] / О. Лазарев. – Режим доступу: <http://analitic.ub.ua/1495-mitne-oformlennya-importu-import-tovariv-vse-shcho-potribno-znati.html>

- 54.Левкин Г.Г. Коммерческая логістика [Текст]: учебное пособие / Г.Г. Левкин. – М.: Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 205с.
- 55.Линдерс М. Управление закупками и поставками [Текст]: учебник / пер. с англ. Ю.А. Щербанина. – 13-е изд. – М.: ЮНИТИ, 2012. – 880 с.
- 56.Лиса С. Методичні підходи до оцінювання логістичних ланцюгів торговельних мереж [Текст] / С. Лиса // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. - 2010. - № 4. - С. 56-63.
- 57.Лігоненко Л.О. Торговельне підприємництво: теорія та практика [Текст]: монографія / за ред. Л. О. Лігоненко. – К. : Київ. нац. торг. - екон. Ун-т, 2012. – 304 с.
- 58.Мазаракі А.А., Мережко Н.В., Коптюх Л.А. та ін.: Класифікація непродовольчих товарів : монографія.; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. – 591 с.
- 59.Матвієнко-Біляєва Г., Чумак Г. М. - Логістика. Логістика : конспект лекцій [Електронне видання]: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. – 127 с.
- 60.Меджибовська Н.С. Сучасні тенденції управління ланцюгами поставок // Праці Одеського політехнічного університету. 2011. Вип. 1(35). 2010, - 6 с.
- 61.Мережко Н.В., О. І. Сім'ячко. Сертифікація іграшок [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://1001toys.wordpress.com/2007/03/12/сертифікація-іграшок/>
- 62.Мороз О.О. Іграшки як товар [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ua-referat.com/Іграшки_як_товар
- 63.Москвітін Т. Д., Торговельна логістика [Текст]: навч. посібник. / Т.Д. Москвітін. - К.: КНТЕУ, 2015. – 161 с.
- 64.Недитячий вміст дитячих іграшок [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://www.zp-ravda.info/index.php?option=com_content&view=article&id=3830:2011-09-15-17-24-53&catid=48:2009-10-12-19-19-21&Itemid=66

- 65.Ободзинська Т.В., Коробейник О.В., Проблеми логістики постачань в умовах нестабільного середовища України [Текст] // Сучасні проблеми економіки та підприємництва. Випуск 6, 2011.- 4 с.
- 66.Офіційний сайт мережі «Будинок іграшок» – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bi.ua/rus/company/about/>
- 67.Оцінка відповідності та вимоги безпеки дитячих іграшок – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nvppoint.com/uk/otsinka-vidpovidnosti-ta-vimogi-bezpeki-dityachih-igrashok/>
- 68.Постанова про затвердження Технічного регламенту безпечності іграшок, [Чинний від від 28.02.2018], 24 с.
- 69.Пруненко Д. О. Управління ланцюгом постачань [Текст] : Конспект лекцій / Д. О. Пруненко; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. – 140 с.
- 70.Смирнова Е.О. Игрушки: как оценить их качество [Текст] / Е.О. Смирнова // Дошкольное воспитание. – 2005. – № 4. – С. 68-73.
- 71.Товарознавство. Терміни та визначення: ДСТУ 3993— 2000, [Чинний від 31.10.2000], 28 с.
- 72.Українська асоціація індустрії іграшок, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uaai.org.ua/>
- 73.Хаврук В.О. Основні аспекти якості ланцюга постачання. 2016, - 225 с.
- 74.Чому з дітьми потрібно грати настільні ігри. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://stykit.com.ua/interesting/news/chomu-z-dity-prbn-ha-sl>
- 75.Яку іграшку ви обираєте для своєї дитини? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://paralleli.if.ua/news/4807.html>

ДОДАТКИ

Додаток А



ДЕРЖАВНЕ ПІДПРИЄМСТВО "ЖИТОМИРСЬКИЙ НАУКОВО-ВИРОБНИЧИЙ
ЦЕНТР СТАНДАРТИЗАЦІЇ, МЕТРОЛОГІЇ ТА СЕРТИФІКАЦІЇ"
ОРГАН З СЕРТИФІКАЦІЇ ДП „ЖИТОМИРСТАНДАРТМЕТРОЛОГІЯ”

Уповноважений Міністерством економічного розвитку і торгівлі України на виконання робіт з
оцінки відповідності (№UA.TR.038)

Акредитований Національним агентством акредитації України
(атестат акредитації №10207)

10003, м. Житомир, вул. Новосічна, 24, тел. 42-46-80, факс 42-47-22, e-mail: csms_certif2@ukr.net



038

СЕРТИФІКАТ ЕКСПЕРТИЗИ ТИПУ

Модуль В Технічного регламенту безпеки іграшок

Зареєстрований у Реєстрі 31.10.2017р. за № UA.TR.038.B.093-17

Назва та адреса отримувача сертифіката, код ЄДРПОУ: ТОВ „Аріал”, 02140, Україна, м. Київ,
вул. Бориса Гмирі 4 Лігера А, тел. (044) 577-38-79, код ЄДРПОУ 31836927

Назва та адреса виробника: ТОВ „Аріал”, 02140, Україна, м. Київ, вул. Бориса Гмирі 4
Лігера А, тел. (044) 577-38-79, код ЄДРПОУ 31836927 - адреса виробництва Київська область,
Бориспільський район, с. Мала Олександрівна, вул. Овочева, 7

ТИП ПРОДУКЦІЇ: Ігри настільні торгової марки „Ariall” в асортименті згідно додатку на 2-х
сторінках (всього: 86 найменувань).

Данні про ідентифікацію типу: Ігри настільні торгової марки „Ariall” в картонній упаковці.
Вікові обмеження встановлені виробником – для дітей старше 3-х років.

Фото



Висновки про проведення перевірки:

На підставі проведеної експертизи технічної документації, ідентифікації і випробувань продукції
встановлено, що типовий зразок продукції відповідає вимогам:

ДСТУ EN 71-1:2006, ДСТУ EN 71-3:2005, ДСТУ 2169-93, Технічного регламенту безпеки
іграшок (постанова КМУ від 11.07.2013р. № 515)

(зазначаються нормативні документи, які підтверджують відповідність продукції вимогам Технічного регламенту)

Сертифікат виданий на підставі:

Протоколів випробувань типових зразків: №274П від 04.11.2014р., №306-307П від 03.11.2015р., №387П від 01.11.2016р., №452П від 25.10.2017р. виданих ВЛ ДП „Житомирстандартметрологія”, м. Житомир, вул. Новосічна, 24, атестат акредитації №2Н482 дійсний до 18.10.2022р.

У відповідності з Технічним регламентом безпечності іграшок (постанова КМУ від 11.07.2013р. №515) на ігри настільні торгової марки „Agial” в асортименті (всього: 86 найменувань) та (або) їх етикетки (пакування) наноситься знак відповідності технічному регламенту та ідентифікаційний номер органу оцінки відповідності за умови складання декларації.

Керівник органу з сертифікації
ДП „Житомирстандартметрологія”



А.К. Лісунова



**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНА САНІТАРНО-ЕПІДЕМІОЛОГІЧНА СЛУЖБА**

ЗАТВЕРДЖУЮ

**ДЕРЖАВНА САНІТАРНО-ЕПІДЕМІОЛОГІЧНА
СЛУЖБА УКРАЇНИ**

(назва установи)
вул. Грушевського, 7, м. Київ, 01601
(місцезнаходження)
253-94-84, 559-29-88

Заступник голови Державного
санітарного лікарня України



С.В. Протас

Висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи

від 19.05.2015р.

№ 05.03.02-03/20951

Ігри настільно-друковані з паперу та картону, в т.ч. з елементами з пластику, дерева, метала, в наборах та окремими предметами, без механізмів торгової марки "Hobby World" (згідно з додатком)

(об'єкт експертизи)

код за УКТЗЕД: 9504

(код за ДКПІ, код за УКТЗЕД артикулу)

Побут. Реалізація через оптову та роздрібну торгівлю

(сфера застосування та реалізації об'єкта експертизи)

ООО "Мир Фантази", Росія, 123060, г. Москва, ул. Маршала Рыбалко, дом.11

(країна, виробник, адреса, місцезнаходження, телефон, факс, e-mail, WWW)

ТОВ "МІР ХОББІ УКРАЇНА", Україна, 04116, м. Київ, вул. Старокіївська, буд. 26, код ЄДРПОУ: 38123178

(свідоцтво експертизи, адреса, місцезнаходження, телефон, факс, e-mail, WWW)

(дані про компанію на встановлення об'єкта експертизи в Україні)

Об'єкт експертизи відповідає встановленим медичним критеріям безпеки / показникам: ДСанПІН 5.5.6.012-98 «Державні санітарні правила і норми безпеки іграшок та ігор для здоров'я дітей» за результатами ідентифікації, оцінки ризику для здоров'я населення, а також результатами перевірки (контролю) наданого заявником зразка об'єкта експертизи, а саме: міграція шкідливих речовин в модельні розчини не повинна перевищувати їх ДКМ: м/лм3: дифенілгуанідин - 0,15; етилацетат - 0,1; формальдегід - 0,1; капролактан - 0,5; ацетон - 0,1; метиловий спирт - 0,2; ізобутиловий спирт - 0,5; фталати сумарно - 0,2; стирол - 0,01; свинець - 0,03; кадмій - 0,001; мідь - 1,0; ртуть - 0,0015; кобальт - 0,1; мін'як - 0,025; барій - 0,1; сурма - 0,1; селен - 2,0; нікель - 0,1; хром - 0,1; одориметричні дані: запах не більше 1 балу; поверхня без дефектів; стійкість барвників при обробці модельним розчином - стійка.

(критерії безпеки / показники)

Необхідними умовами використання / застосування, зберігання, транспортування, утилізації, знищення є:

- дотримання вимог, які встановлені даним висновком за результатами випробування наданого зразка;
- забезпечення умов транспортування та термінів зберігання продукції відповідно до рекомендацій виробника, вказаних у супровідній документації;
- вибіркових випробувань об'єкта експертизи на відповідність вимогам даного висновку та діючого санітарного законодавства

(особливості умов використання, застосування, зберігання, транспортування, утилізації, знищення)

Продовження додатка Б

За результатами державної санітарно-епідеміологічної експертизи Ігри настільно-друковані з паперу та картону, в т.ч. з елементами з пластмаси, дерева, метала, в наборах та окремими предметами, без механізмів торгової марки "Hobby World" (згідно з додатком), за наданим заявником зразком відповідає вимогам діючого санітарного законодавства України і за умови дотримання вимог цього висновку може бути використаний в заявленій сфері застосування.

Термін придатності: -

(інформація щодо етикетки, інструкції, правила тощо)

Висновок дійсний до: 19.05.2018 р.

Відповідальність за дотримання вимог цього висновку несе заявник.

При зміні рецептури, технології виготовлення, які можуть змінити властивості об'єкта експертизи або спричинити негативний вплив на здоров'я людей, сфери застосування, умов застосування об'єкта експертизи даний висновок втрачає силу.

за показниками безпеки для здоров'я людини контролю не потребує, підлягає стандартному контролю (візуальному та документальному)

(показники безпеки, які підлягають контролю на кордоні)

за показниками безпеки для здоров'я людини контролю не потребує, підлягає стандартному контролю (візуальному та документальному)

(показники безпеки, які підлягають контролю при митному оформленні)

Поточний державний санітарнийгляд здійснюється згідно з вимогами цього висновку: На об'єктах державного санітарно-епідеміологічного нагляду за встановленими медичними критеріями безпеки, умовами використання/застосування, зберігання, транспортування, утилізації і знищення у обсязі та з періодичністю, визначеними програмами інспектування у відповідності з чинним санітарним законодавством України.

(показники безпеки, які здійснюються при поточному державному санітарномугляді)

Санітарно-епідеміологічна станція Державного управління справами

м.Київ, вул.Заболотного, 15, тел.: 526-50-06
(найменування, місцезнаходження, телефон, факс, E-mail, WWW)

Протокол експертизи

№ 3-3371 від 19.05.2015р.
(№ протоколу, дата його затвердження)

Керівника експертної комісії

 О.Г. Гаврильченко

 ПРИЗНАЧЕНИЙ МІНІСТЕРСТВОМ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ І ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ ОРГАН З ОЦІНКИ ВІДПОВІДНОСТІ ОС «ПРОМСТАНДАРТ»		Серія ВВ
СЕРТИФІКАТ ЕКСПЕРТИЗИ ТИПУ СЕРТИФИКАТ ЭКСПЕРТИЗЫ ТИПА/ TYPE EXAMINATION CERTIFICATE СИСТЕМА СЕРТИФИКАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ «ОС «ПРОМСТАНДАРТ»		(модуль В)
Зареєстровано в Реєстрі органу з оцінки відповідності за № <u>UA.TR.061.C000413-17</u> Зарегистрирован в Реестре органа по оценке соответствия Registered at the Record of conformity assessment body under		9504 код УКТ ЗЕД, ТН ЗЕД
Термін дії з Срок действия с Term of validity is from	<u>12 травня 2017 р. до 11 травня 2018 р.</u>	
Термін дії з Срок действия с Term of validity is from	код ДКПП, ОКП	
Продукція (тип) Продукция (тип) Production (type)	Настільні ігри торгівельної марки «HOBBY WORLD» всього 315 артикулів (кольорові зображення згідно додатку 1 на 25 аркушах)	
Виробник(и) продукції Изготовитель(и) продукции Producer(s)	ООО «Мир Хобби», адреса: 105005, г. Москва, ул. Бауманская, дом 11, стр.8, Російська федерація	
Уповноважена особа виробника Уполномоченное лицо производителя The authorized person of the manufacturer	ТОВ «МІР ХОББІ УКРАЇНА», 04116, м. Київ, вул. Старокиївська, буд.26, Код ЄДРПОУ 38123178	
Висновки про проведену перевірку Выводы о проведенной проверке The conclusions of the verification	Продукція відповідає вимогам: - Технічного регламенту безпечності іграшок, - ДСТУ EN 71-1:2006, ДСТУ EN 71-3:2005 (з офіційно опублікованого переліку національних стандартів)	
Сертифікат видано органом з оцінки відповідності Сертификат выдан органом по оценке соответствия Certificate is issued by the conformity assessment body	Орган з оцінки відповідності ТОВ «Орган з сертифікації «ПромСтандарт», реєстраційний номер призначення №UA.TR.061, атестат акредитації НААУ №10223 від 12.07.2012р.	
На підставі На основании On the grounds of	протоколу випробувань №065ІГ від 10.05.2017 (ВЛ ДП "КІЇВОБЛСТАНДАРТМЕТРОЛОГІЯ", м. Біла Церква, вул. Січневого прориву, 84, атестат акредитації № 2Н151 від 19.02.2016	
Дані про ідентифікацію типу Данные об идентификации типа The information of type identity	Вікова призначеність: для дітей віком від 3 років Матеріали: з паперу Розміри: згідно з конструкцією іграшки	
Перелік технічної документації, яку зберігає заявник Перечень технической документации, которую хранит заявитель The list of technical documentation kept by the applicant	Технічну документацію згідно з додатком 4 до Технічного регламенту безпечності іграшок зберігає заявник	
Введення в обіг зазначеної продукції згідно з Технічним регламентом безпечності іграшок можливо лише за умови застосування додаткових модулів оцінки відповідності.		
Умови чинності сертифікату: сертифікат чинний 1) до внесення змін в технічну документацію на продукцію; 2) у разі позитивних результатів наглядання за продукцією з боку органу з оцінки відповідності (періодичність наглядання – 1 раз на рік)..		
Заступник Керівник органу з оцінки відповідності Руководитель органа по оценке соответствия Director of the conformity assessment body	 підпис	В.П. Настевич ініціали, прізвище
		Чинність сертифікату можна перевірити в Реєстрі Системи органу на сайті promstandart.com.ua або за тел. (056) 742 82-39

№005583

ДЕКЛАРАЦІЯ ПРО ВІДПОВІДНІСТЬ

Згідно додатку 315 артикулів

(унікальний номер чи код іграшки (іграшок))

ООО «Мир Хобби», адреса: 105005, г. Москва, ул. Бауманская, дом 11, стр.8, Російська федерація

(найменування виробника)

Декларація складена під цілковиту відповідальність

ТОВ «МІР ХОББІ УКРАЇНА», 04116, м. Київ, вул. Старокиївська, буд.26, Код ЄДРПОУ 38123178

(найменування уповноваженого представника)

Продукція: Настільні ігри торгівельної марки «HOBBY WORLD» всього 315 артикулів (кольорові зображення згідно додатку) код УКТЗЕД 9504

(опис об'єкта декларації, ідентифікація іграшки, кольорове зображення)

відповідає вимогам Технічного регламенту безпечності іграшок

(об'єкт декларації, описаний у пункті 3, відповідає вимогам технічного регламенту)

ДСТУ EN 71-1:2006, ДСТУ EN 71-3:2005

(посилання на застосовані національні стандарти з переліку національних стандартів)

Призначений орган з оцінки відповідності**Орган з оцінки відповідності ТОВ «Орган з сертифікації****«ПромСтандарт»**, реєстраційний номер призначення №UA.TR.061,

атестат акредитації НААУ №10223 від 12.07.2012р.

(найменування, ідентифікаційний номер згідно з реєстром призначених органів)

виконав перевірку типу відповідно до процедур, передбачених модулем В, шляхом експертизи технічної документації, підтвердних документів та випробування типового зразка

(опис робіт з оцінки відповідності)

та видав сертифікат №UA.TR.061.C000413-17 від 12.05.2017р.**на підставі:** - протоколу випробувань №0651Г від 10.05.2017 (ВЛ ДП "КІЇВОБЛСТАНДАРТМЕТРОЛОГІЯ", м. Біла Церква, вул. Січневого прориву, 84, атестат акредитації № 2Н151 від 19.02.2016
- висновку експертизи МОЗ України №05.03.02-03/18093 від 26.05.2016**Додаткова інформація:** Процедура підтвердження відповідності типові здійснена за модулем В+С.

Настільні ігри торгівельної марки «HOBBY WORLD» всього 315 артикулів (кольорові зображення згідно з Додатком 1 на 13 арк.), що виготовляються та ввозяться на територію України в період з 12.05.2017р. до 11.05.2018р.

Підписано від імені ТОВ «МІР ХОББІ УКРАЇНА», 04116, м. Київ, вул. Старокиївська, буд.26, Код ЄДРПОУ 38123178

Директор

12.05.2017р.

(дата складання декларації)



(підпис)

Воробйов О.К.

Декларація про відповідність взята на облік у добровільному порядку в органі з оцінки відповідності ТОВ «ОС «ПромСтандарт», реєстраційний номер UA.TR.061, 49000, м. Дніпропетровськ, вул. Комсомольська, 56 (6 поверх), к. 2.3 (декларація дійсна протягом терміну дії до внесення змін в конструкцію, склад або технологію виробництва). Декларація складена з урахуванням вимог ДСТУ ISO/IEC 17050-1:2006.

UA.TR.061.D.01254-17

№

10 травня 2017р.

дата реєстрації

09 травня 2018р.

термін дії декларації до

**Заступник керівника
Органу з оцінки відповідності**

(підпис)

В.П. Насевич

Чинність декларації про відповідність можна перевірити за тел. (056) 742-82-39, (057) 717-41-46 та на сайті органу з оцінки відповідності ТОВ «ОС «ПромСтандарт» promstandart.com.ua

ДЕКЛАРАЦІЯ про відповідність

Ігри настільні дитячі в наборах, дитячі ігрові набори в асортименті ТМ «JoyBand», «The Purple Cow» 18 артикулів згідно з додатком

(назва товару чи послуги, на яку виставляється декларація)

1. Найменування та адреса виробника або його уповноваженого представника

ТОВ «БОНТОЙ», 49000, Дніпропетровська обл., м. Дніпро, вул. Воскресенська, буд. 27, офіс 10, Україна, код ЄДРПОУ 38599548

(найменування та адреса виробника або його уповноваженого представника, код ЄДРПОУ)

2. Ця декларація про відповідність видана під виключну відповідальність виробника або його уповноваженого представника

ТОВ «БОНТОЙ», 49000, Дніпропетровська обл., м. Дніпро, вул. Воскресенська, буд. 27, офіс 10, Україна, код ЄДРПОУ 38599548

(найменування виробника або його уповноваженого представника, код ЄДРПОУ)

3. Опис об'єкта декларації (ідентифікація іграшки, яка забезпечує її простежуваність), включаючи кольорове зображення достатньої чіткості для ідентифікації іграшки

Іграшки дитячі з комбінованих матеріалів ТМ «JoyBand», «The Purple Cow» 18 артикулів згідно з додатком, що постачаються в Україну у вигляді партії загальною кількістю 18031 шт. (виготовлені у 2017 р.) згідно з контрактом №21/03/17 від 21.03.17р., інвойсом № 100897 від 23/06/2017 (зображення типових представників у додатку до Декларації), код УКТ ЗЕД 9504. Виробник: The Purple Cow International ARN Ltd, Alon Hatavor 20, Industrial Park Caesarea, 3088900, Israel, на виробничих майданчиках Kumaю

(опис об'єкта, код ЗЕД або УКТ ЗЕД, назва та адреса виробника ігрових продуктів)

4. Об'єкт декларації, описаний у пункті 3, відповідає вимогам таких технічних регламентів

Технічний регламент безпечності іграшок, затверджений ПІКМУ № 515 від 11.07.2013 р.

(назва технічних регламентів)

5. Посилання на застосовані національні стандарти з переліку національних стандартів або посилання на специфікації, стосовно яких декларується відповідність

ДСТУ EN 71-1:2006 «Безпечність іграшок. Частина 1. Механічні і фізичні властивості»

ДСТУ EN 71-2:2005 «Безпечність іграшок. Частина 2. Займистість»

ДСТУ EN 71-3:2005 «Безпечність іграшок. Частина 3. Міграція певних елементів»

6. Призначений орган з оцінки відповідності

ООВ ТОВ «ВСЦ «ПІВДЕНТЕСТ» (№UA.TR.076)

(найменування, ідентифікаційний номер згідно з реєстром призначених органів)

виконав

випробування зразків

(опис робіт з оцінки відповідності)

7. Додаткова інформація

Технічна документація виробника, протокол № 756П від 10.07.2017 р. виданий ПП «Дніпропетровський аналітичний центр ідентифікації» м. Дніпропетровськ; протокол випробувань № T075/08-17 від 09.08.2017 р., виданий ВЛ ТОВ «ВСЦ «Південтест», 49054, Україна, Дніпропетровська обл., м. Дніпро, пр. Калініна 50

(назва органу державного санітарно-епідеміологічного нагляду (ДОН) України, на та дається пропозиція випробувань, дата випробувань і лабораторія)

Підписано від імені

ТОВ «БОНТОЙ», 49000, Дніпропетровська обл., м. Дніпро, вул. Воскресенська, буд. 27, офіс 10, Україна, код ЄДРПОУ 38599548

(підписується виробник або його уповноважений представник)

09.08.2017 р.

(дата складання декларації)

Директор ТОВ «БОНТОЙ»

(прізвище, ім'я та по батькові, посада)

підпис

Д.О. Мерещенко

Декларація про відповідність взята на облік у добровільному порядку ООВ ТОВ «ВСЦ «Південтест» під номером

UA.TR.076.D.0841-17

обліковий №

09 серпня 2017 р.

дата взяття на облік

08 серпня 2018 р.

термін дії обліку

Представник

Органу з оцінки відповідності М.П.



(підпис)

Торба В.О.

(підпис декларації можна переглянути за тел. (056) 370-12-27)

ДЕКЛАРАЦІЯ про відповідність

*Іграшки дитячі з комбінованих матеріалів ТМ «DJECSO»: 108 артикулів згідно Додатку
(унікальний номер чи код іграшки (іграшок))*

1. Найменування та адреса виробника або його уповноваженого представника

ТОВ «БОНТОЙ», 49000, Дніпропетровська обл., м. Дніпро, вул. Воскресенська, буд. 27, офіс 10, Україна, код ЄДРПОУ 38599548

(найменування та адреса виробника або його уповноваженого представника, код ЄДРПОУ)

2. Ця декларація про відповідність видана під виключну відповідальність виробника або його уповноваженого представника

ТОВ «БОНТОЙ», 49000, Дніпропетровська обл., м. Дніпро, вул. Воскресенська, буд. 27, офіс 10, Україна, код ЄДРПОУ 38599548

(найменування виробника або його уповноваженого представника, код ЄДРПОУ)

3. Опис об'єкта декларації (ідентифікація іграшки, яка забезпечує її простежуваність), включаючи кольорове зображення достатньої чіткості для ідентифікації іграшки

Іграшки дитячі з комбінованих матеріалів ТМ «DJECSO»: 108 артикулів згідно Додатку, що постачаються в Україну у вигляді партії загальною кількістю 17546 шт. (виготовлені у 2017 р.) згідно комерційному інвойсу № VEN-0023791 від 05.07.2017р., контракту № 30/09/2016 від 30/09/2016р. (зображення типових представників у додатку до Декларації), код УКТ ЗЕД 9503, 9504. Виробник: "DJECSO FRANCE", 3, Rue Des Grands-Augustins, 75006, Paris, France, Франція.

(найменування іграшки, код ДКТЕД або УКТ ЗЕД, (пояснює – при оцінці відповідності партії продукції))

4. Об'єкт декларації, описаний у пункті 3, відповідає вимогам таких технічних регламентів

Технічний регламент безпечності іграшок, затверджений ПКМУ № 515 від 11.07.2013 р.

(назва технічних регламентів)

5. Посилання на застосовані національні стандарти з переліку національних стандартів або посилання на специфікації, стосовно яких декларується відповідність

ДСТУ EN 71-1:2006 «Безпечність іграшок. Частина 1. Механічні і фізичні властивості»

ДСТУ EN 71-2:2005 «Безпечність іграшок. Частина 2. Займистість»

ДСТУ EN 71-3:2005 «Безпечність іграшок. Частина 3. Міграція певних елементів»

6. Призначений орган з оцінки відповідності

ООВ ТОВ «ВСЦ «ПІВДЕНТЕСТ», (UA.TR.076)

(найменування, ідентифікаційний номер згідно з реєстром призначених органів)

виконав

аналіз наявності та повноти документів до декларації за протоколу випробувань

(опис робіт з оцінки відповідності)

7. Додаткова інформація

Висновки № 05.03.02-03/441 від 20.10.2016р., № 05.03.02-03/442 від 20.10.2016 р. видані МОЗ України, м. Київ; протокол випробувань №Т120/07-17 від 18.07.2017 р., виданий ВЛ ТОВ «ВСЦ «Південтест», 49054, Україна, Дніпропетровська обл., м. Дніпро, пр. Казініна 50

(визнаєм державної санітарно-епідеміологічної системи МОЗ України, № та дата протоколу випробувань, назва випробувальної лабораторії)

Підписано від імені

ТОВ «БОНТОЙ», 49000, Дніпропетровська обл., м. Дніпро, вул. Воскресенська, буд. 27, офіс 10, Україна, код ЄДРПОУ 38599548

(найменування виробника або його уповноваженого представника)

18.07.2017 р.

(дата складання декларації)

Директор ТОВ «БОНТОЙ»

(підпис)

Д.О. Мерещенко

(підпис, ім'я та по батькові)

Декларація про відповідність взята на облік у добровільному порядку в органі з оцінки відповідності "Випробувально-сертифікаційний центр "Південтест" ТОВ "ВСЦ "Південтест", реєстраційний номер UA.TR.076, 49000, Дніпропетровська обл., м. Дніпро, вул. Миронова, 7а, оф. 14

UA.TR.076.D.0727-17

обліковий №

18 липня 2017 р.

дата взяття на облік

01 листопада 2019 р.

термін дії декларації до

Представник
Органу з оцінки відповідності



Торба В.О.

ДЕКЛАРАЦІЯ про відповідність

**Ігри настільні торгової марки "Ariall" в асортименті згідно додатку на 13-ти сторінках
(всього: 86 (вісімдесят шість) найменувань) - код ДКНН 32.40.32**

(унікальний номер чи код іграшки (іграшок))

1. Найменування та адреса виробника або його уповноваженого представника

**ТОВ «Аріал», Україна, 02140, м. Київ, вул. Бориса Гмирі 4 Літера А, тел. 044 577-38-79,
код ЄДРПОУ 31836927**

2. Ця декларація про відповідність видана під виключну відповідальність виробника
**ТОВ «Аріал», Україна, 02140, м. Київ, вул. Бориса Гмирі 4 Літера А, тел. 044 577-38-79,
код ЄДРПОУ 31836927 (адреса виробництва: Київська область, Бориспільський район,
с. Мала Олександрівна, вул. Овочева, 7)**

(найменування виробника)

3. Опис об'єкта декларації (ідентифікація іграшки, яка забезпечує її простежуваність), включаючи кольорове зображення достатньої чіткості для ідентифікації іграшки.

**Ігри настільні торгової марки "Ariall" в асортименті згідно додатку на 13-ти сторінках
(всього: 86 (вісімдесят шість) найменувань)**

4. Об'єкт декларації, описаний у пункті 3, відповідає вимогам таких технічних регламентів
Технічному регламенту безпечності іграшок (постанова КМУ від 11.07.2013р. №515)

5. Посилання на застосовані національні стандарти з переліку національних стандартів або посилання на специфікації, стосовно яких декларується відповідність,

**ДСТУ EN 71-1:2006, ДСТУ EN 71-3:2005, ДСТУ EN 71-6:2005, ДСТУ 2169-93 «Іграшки. Ігри
настільні. Загальні технічні умови», технічні описи зразків**

6. Призначений орган з оцінки відповідності **Орган сертифікації
ДП «Житомирстандартметрологія», 10003, Україна, м. Житомир, вул. Новосінна, 24, UA.TR. 38**
(найменування, ідентифікаційний номер згідно з реєстром призначених органів)

виконав процедуру оцінки відповідності згідно з зазначеним Технічним регламентом.

**Протоколи випробувань: №274П від 03.11.2014р., №306-307П від 03.11.2015р., №387П від
01.11.2016р., №452П від 25.10.2017р. ВЛ ДП «Житомирстандартметрологія», м. Житомир,
вул. Новосінна, 24, атестат акредитації №2Н482 дійсний до 18.10.2022р. МОЗ України - висновок
державної санітарно-епідеміологічної експертизи №05.03.02-04/8164 від 06.02.2014р.**
(опис робіт з оцінки відповідності)

та видав **сертифікат експертизи типу №UA.TR.038.B.093-17 від 31.10.2017 р.**

7. Додаткова інформація

**Підписано від імені ТОВ «Аріал», Україна, 02140, м. Київ, вул. Бориса Гмирі 4 Літера А
тел. 044 577-38-79, код ЄДРПОУ 31836927**

(найменування виробника або його уповноваженого представника)

31.10.2017р.

(дата складення декларації)

Директор ТОВ «Аріал»

А.В. Ільєсова



Декларація про відповідність зареєстрована в Реєстрі Органу сертифікації ДП «Житомирстандартметрологія», вул. Новосінна, 24, м. Житомир, 10003, Україна свідоцтво №UA.TR.38;

Реєстраційний номер декларації **UA.038.D.00154-17** зареєстровано **31 жовтня 2017р.** терміном дії до **30 жовтня 2018р.**

**Керівник органу з сертифікації
ДП «Житомирстандартметрологія»**

М.П.



А.К. Лісунова
(підпис)

А.К. Лісунова
(ініціали та прізвище)

ДЕКЛАРАЦІЯ ПРО ВІДПОВІДНІСТЬ

Приватне підприємство "Рекламно-виробнича компанія "Фреш Айдіс"

(повне найменування виробника або його уповноваженої особи чи постачальника)

Україна, 49044, м. Дніпропетровськ, вул. Гоголя, буд. 15А, кімн. 19, код ЄДРПОУ 37277156

(місцезнаходження, код згідно з ЄДРПОУ)

в особі директора ПП "РВК "Фреш Айдіс" Білокопитова А.О.

(посада, прізвище, ім'я та по батькові уповноваженої особи)

підтверджую, що іграшки дитячі: ігри настільні, набори для творчості в асортименті згідно з додатками №№ 1-14, залишки від партій в загальній кількості 101700 шт. (сто одна тисяча сімсот) шт., коди ДКПП 36.50.33 (за ДК 016-97), 32.40.29 (за ДК 016:2010), код УКТ ЗЕД 9503,

(повна назва продукції, тип, марка, модель)

виробництва ПП "РВК "Фреш Айдіс", адреса юридична: Україна, 49044, м. Дніпро, вул. Гоголя, буд. 15 А, к. 19, адреса виробництва: Україна, 80300, Львівська обл., м. Жовква, вул. Вокзальна, буд. 34 А, прим. 1

яка(-ий) виготовляється за ДСТУ 2169-93 «Іграшки. Ігри настільні. Загальні технічні умови»

(назва та позначення документації)

відповідає Технічному регламенту безпеки іграшок, затвердженому Постановою КМУ від 11.07.2013 р. № 515,

(Технічні регламенти на продукцію, роботи, послуги)

а також ДСТУ EN 71-1:2006 «Безпечність іграшок. Частина 1. Механічні і фізичні властивості»;

ДСТУ EN 71-3:2005 «Безпечність іграшок. Частина 3. Міграція певних елементів»; ДСанПІН

5.5.6.012-98 «Державні санітарні правила і норми безпеки іграшок та ігор для здоров'я дітей»

(назва та позначення нормативних документів, добровільне застосування яких є підтвердженням відповідності продукції вимогам Технічного регламенту)

а процедура оцінки відповідності проведена згідно із зазначеним Технічним регламентом.

Декларація складена на підставі:

- протоколів випробувань № УПС 23/155-10-14 від 10.02.2014, № УПС 50/1059-10-15 від 22.09.2015, виданих ВЛ ПП "Укрпромсерт", атестат акредитації № 2Н831 від 27.12.2014, чинний до 30.11.2019;
- висновків державної санітарно-епідеміологічної експертизи МОЗ України № 05.03.02-04/90890 від 08.10.2013 р.; № 05.03.02-04/40498 від 09.09.2015 р.;
- декларацій про відповідність: № UA.022.D.00365-15 терміном дії до 07.09.2016, № UA.022.D.00369-15 терміном дії до 01.10.2016, № UA.022.D.00373-15 терміном дії до 19.10.2016, № UA.022.D.00377-15 терміном дії до 28.10.2016, видані ООВ ДП "Дніпростандартметрологія", Україна, 49044, м. Дніпро, вул. Барикадна, 23, свідоцтво про призначення № UA.TR.022

Декларацію складено під цілковиту відповідальність:

Приватного підприємства "Рекламно-виробнича компанія "Фреш Айдіс"

(повне найменування виробника або його уповноваженого представника чи постачальника)

Директор
(посада)
М.П.

А.О. Білокопитов
(підпис)

« 07 » вересня 2016 р.
(ініціали та прізвище)
(дата)

Декларацію про відповідність зареєстровано органом з оцінки відповідності Державного підприємства «Дніпропетровський регіональний державний науково-технічний центр стандартизації, метрології та сертифікації», номер призначеного органу з оцінки відповідності UA.TR.022, адреса: 49044, м. Дніпропетровськ, вул. Барикадна, 23.

Регстраційний номер декларації UA.022.D.00434-16
Термін дії з 07.09.2016 до 06.09.2017

Заступник керівника органу
з оцінки відповідності
(керівник органу з оцінки відповідності)

М.П.

Н.М. Лех
(підпис)

« 07 » вересня 2016 р.
(ініціали та прізвище)
(дата)

Достовірність зазначеної інформації можна перевірити на сайті: www.dgcsms.dp.ua

ДЕКЛАРАЦІЯ про відповідність

*Ігри настільні з комбінованих матеріалів для дітей ТМ «Brain Box», 8 артикулів згідно з Додатком
(унікальний номер чи код іграшки (іграшок))*

1. Найменування та адреса виробника або його уповноваженого представника

ТОВ «БОНТОЙ», 49000 м. Дніпропетровськ, вул. Леніна, буд. 27, офіс 10, Україна, код ЄДРПОУ 38599548

(найменування та адреса виробника або його уповноваженого представника, код ЄДРПОУ)

2. Ця декларація про відповідність видана під виключну відповідальність виробника

ТОВ «БОНТОЙ», 49000 м. Дніпропетровськ, вул. Леніна, буд. 27, офіс 10, Україна, код ЄДРПОУ 38599548

(найменування виробника або його уповноваженого представника, код ЄДРПОУ)

3. Опис об'єкта декларації (ідентифікація іграшки, яка забезпечує її простежуваність), включаючи кольорове зображення достатньої чіткості для ідентифікації іграшки.

Ігри настільні з комбінованих матеріалів для дітей ТМ «Brain Box», 8 артикулів згідно з Додатком, код УКТ ЗЕД 9504. Виробник: "The Green Board Game Company Ltd", Unit 112, Coronation Road, Cressex Business Park, High Wycombe, Bucks, HP123RP, UK, Велика Британія, що постачається в Україну згідно Контракту б/н від 02.09.2016 р., Інвойсу № 20160207 від 05.09.2016 р. у вигляді партії загальною кількістю 11500 шт. (виготовлені у 2016 р.) (зображення типових представників в додатку до Декларації)

(найменування іграшки, код ДКПП або УКТ ЗЕД, (якщо – при оцінці відповідності гравці працюють))

4. Об'єкт декларації, описаний у пункті 3, відповідає вимогам таких технічних регламентів

Технічний регламент безпечності іграшок, затверджений ПКМУ № 515 від 11.07.2013 р.

(назва технічних регламентів)

5. Посилання на застосовані національні стандарти з переліку національних стандартів або посилання на специфікації, стосовно яких декларується відповідність,

ДСТУ EN 71-1:2006 «Безпечність іграшок. Частина 1. Механічні і фізичні властивості»

ДСТУ EN 71-2:2005 «Безпечність іграшок. Частина 2. Займистість»

ДСТУ EN 71-3:2005 «Безпечність іграшок. Частина 3. Міграція певних елементів»

6. Призначений орган з оцінки відповідності

ООВ ТОВ «ВСЦ «ПІВДЕНТЕСТ», (UA.TR.076)

(найменування, ідентифікаційний номер згідно з реєстром призначених органів)

виконав

аналіз комплексу документів до декларації та протоколу випробувань

(один робіт з оцінки відповідності)

7. Додаткова інформація

Висновок ДСЄЕ МОЗ України № 05.03.02-03/398 від 10.10.2016 р.; протокол випробувань № Т082/10-16 від 13.10.2016 р., виданий ВЛ ТОВ «ВСЦ «Південтест», 49054, м. Дніпропетровськ, пр. Калініна 50

(включно з державної санітарно-епідеміологічної експертизи МОЗ України, № та дата протоколу випробувань, назва випробувальної лабораторії)

Підписано від імені

ТОВ «БОНТОЙ», 49000 м. Дніпропетровськ, вул. Леніна, буд. 27, офіс 10, Україна, код ЄДРПОУ 38599548

(найменування виробника або його уповноваженого представника)

13.10.2016 р.

(дата складення декларації)

Директор ТОВ «БОНТОЙ»

(підпис, ім'я та по батькові, посада)

(підпис)

Д.О. Мерещенко

Декларація про відповідність взята на облік у добровільному порядку в органі з оцінки відповідності "Випробувально-сертифікаційний центр "Південтест" ТОВ "ВСЦ "Південтест", реєстраційний номер UA.TR.076, 49000, м. Дніпропетровськ, вул. Митронова, 7а, оф. 14

UA.TR.076.D.1097-16

реєстраційний №

13 жовтня 2016 р.

дата реєстрації

15 жовтня 2019 р.

термін дії декларації до

Представник

Органу з оцінки відповідності



Торба В.О.

Анкета для виявлення споживчих переваг настільно-друкованих ігор

Шановний споживачу!

Дослідження споживчих переваг щодо асортименту та якості настільно-друкованих ігор проводиться з метою виявлення споживчих переваг даного товару на ринку України.

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

Заздалегідь вдячні за Вашу допомогу у проведенні дослідження.

АНКЕТА

1. Чи маєте Ви вдома настільні ігри?
 - а) так;
 - б) ні;
2. Як часто ви купуєте настільні ігри?
 - а) щотижня;
 - б) два — три рази на місяць;
 - в) раз в місяць;
 - г) тільки на свята (собі або комусь на подарунок) ;
 - д) два — три рази на рік.
3. Для дітей якого віку ви купуєте іграшки?
 - а) від 1-3 років;
 - б) від 3-5 років;
 - в) від 5-7 років;
 - г) від 7-9 років;
 - д) з дітьми 10-12 років;
 - е) для себе та дорослих друзів.
4. Скільки ви готові витратити на гру?
 - а) 150— 200 грн. ;

- б) 300— 500 грн. ;
 - в) 600— 1200 грн. ;
5. Іграм яких країн-виробників Ви віддасте перевагу?
- а) Україна;
 - б) Польща;
 - в) Китай;
 - г) Бельгія;
 - д) Російська Федерація;
 - е) Фінляндія;
 - ж) Німеччина;
 - з) США.
6. Які фактори впливають на Ваш вибір при купівлі іграшок?
- а) якість;
 - б) ціна;
 - в) торгова марка або фірма виробник;
 - г) реклама;
7. Який тип настільних ігор вам більше подобається?
- а) розважальні;
 - б) розвиваючі.
8. Яким настільним іграм за ігровим процесом ви надаєте перевагу?
- а) карточні ігри;
 - б) колекційні карткові ігри;
 - в) ігри з костями (дайсами);
 - г) ігри з мініатюрами;
 - д) вікторини;
 - е) ігри на спеціальній дошці;
 - ж) рольові ігри;
 - з) рухливі ігри.
9. Яких ігор за кількістю гравців у вас найбільше?
- а) для одного гравця;

- б) для 2— 4 гравців;
 - в) для довільної кількості гравців.
10. Яким іграм за мірою кооперації гравців ви надаєте перевагу?
- а) кожен за себе;
 - б) команда на команду;
 - в) коаліційна (кооперативна) гра.
11. Чи задовольняє Вас асортимент ігор?
- а) Так;
 - б) Ні;
 - в) Слід розширити.

Вкажіть, будь ласка, деякі дані про себе

12. Вкажіть ваш вік:
- а) до 25 років;
 - б) 26— 35 років;
 - в) 36— 45 років;
 - г) 46— 55 років;
 - д) більше 56 років.
13. Сфера Ваших занять:
- а) навчаюсь у навчальному закладі;
 - б) працюю;
 - в) домогосподарка.
14. Який у вас склад сім'ї ?
- а) Сім'я з однією дитиною;
 - б) Сім'я з 2— 3 дітьми;
 - в) Сім'я де всі дорослі.
15. Ви відносите себе до населення :
- а) з високим рівнем прибутку (понад 20 тис. грн);
 - б) з середнім рівнем прибутку (8— 19 тис. грн);
 - в) з низьким рівнем прибутку (до 8 тис. грн.);

Дякуємо за допомогу!