Після проведення аналізу головних бізнес-процесів і особливостей роботи підприємства, розроблен план внесення змін в конфігурації та етапи впровадження даного програмного продукту.

Раніше на підприємстві було запроваджено програмний продукт «1С: Підприємство 6.0.

Враховуючи особливості ведення обліку та аналізу бізнес-процесів був розроблений функціонал обліку якості випущеної продукції. Головними складовими даного функціоналу є документи «Якість продукції» та «Продаж продукції низької якості».Дані документи використовуються для обліку діяльності з виробництва продукції низької якості, продаж продукції даного якості для подальшої обробки та використання в побутових цілях у виробництві продукції інших підприємств. На основі даних документів побудовані звіти «Аналіз продукції низької якості» і «Якість випущеної продукції». Дані звіти використовуються для аналізу продажу та виробництва даного виду продукції та аналізу можливостей здійснення продажів.

УДК 338.33

ГОЛОВИНОВА А.К., ***ГРИНБЕРГ Г.Л.,*** доц.

ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ АНАЛІЗУ АСОРТИМЕНТУ ЗА УМОВ НЕОДНОРІДНОЇ ТОВАРНОЇ СУКУПНОСТІ

Науково-виробниче підприємство (НВП) «ТІС» працює в сфері забезпечення споживачів технікою, програмним забезпеченням і сервісним обслуговуванням (таблиця 1).

Таблиця 1 – Основні напрямки діяльності НВП «ТІС»

Поставка та продаж			Послуги
Обладнання для офісу	Програмне забезпечення	Витратні матеріали	
Мережеве устаткування	Системне ПЗ	Папір	Встановлення та запуск устаткування
Оргтехніка	Інструментальне ПЗ	Картриджі	Консультаційна та інформаційна підтримка
Плоттери	Прикладне ПЗ	Тонер	Навчання персоналу
Інженерні комплекси для САПР та ГІС			Оренда презентаційного устаткування
Стелажні системи			

Асортимент НВП «ТІС» для даного сегмента ринку характеризується суттєвою шириною й насиченістю, що дозволяє йому успішно конкурувати з аналогічними підприємствами. Однак саме тому особливого значення набу-

ває стратегічна робота з планування асортименту: дуже важливо вчасно побачити тенденції розвитку ринку, перспективність різних товарних груп, товари, що лідирують і баластні товари. Для того, щоб правильно формувати асортимент, вводити нові товари й видаляти ті, що не мають попиту, збиткові, необхідно регулярно проводити аналіз асортименту і його оптимізацію.

Один із поширених і плідних підходів - це групування товарів в залежності від ступеню їх привабливості і впливу на загальний результат за допомогою АВС-аналізу. АВС-аналіз можна проводити на основі таких показників як прибуток, дохід, кількість продажів, тощо.

Як правило, АВС-аналіз застосовується з метою ранжування однотипних товарів. Але зазвичай підприємства працюють з неоднорідною сукупністю товарів. У цьому випадку виникає необхідність проводити аналіз асортименту в два або три етапи, структуруючи на кожному етапі товарну сукупність.

Один з основних принципів проведення аналізу неоднорідного асортименту – його ієрархічний характер. Це означає, що на першому етапі аналіз проводиться по крупних блоках, щоб побачити основні тенденції в роботі фірми, а далі процес йде углиб товарних підгруп і лінійок по видах або марках. Так, не може принести багато користі оптимізація асортименту усередині товарної групи, якщо ця група в даний час є аутсайдером.

Групування і структуризація асортименту товарів і послуг може проводитися по різним принципам і групіруючим ознакам, наприклад, по товарних групах, по товарних марках, залежно від спільності продажів, зберігання і вживання, за умовами продажу.

На кожному рівні групування проводиться аналіз структури товарообігу, прибутку і продажів, визначається розподіл цих показників по товарних групах, підгрупах, окремих товарах, марках товарів. Цей аналіз доповнюється оцінкою стабільності рівня показників, що досліджуються, на основі використання XYZ-аналізу. Крім цього, потрібно оцінити динаміку показників, тому що товари –лідери можуть мати тенденцію до погіршення своїх позицій і навпаки, товари-аутсайдери можуть мати гарну перспективу в майбутньому. На основі проведених досліджень всі товари та послуги ранжуються с точки зору їх впливу на кінцевий результат.

І нарешті, загальний формальний підхід не дає достатньої інформації для виділення особливих груп товарів, до яких відносяться, наприклад, малодохідні супутні товари або унікальні товари, які через обмежений попит краще поставляти лише за замовленням конкретних клієнтів. Для цього треба застосовувати якісні методи дослідження асортименту, а саме, аналіз товарних чеків, аналіз замовлень, тощо.

Такий комплексний аналіз потрібно проводити періодично. Вибір частоти проведення досліджень і їх глибини (у часі) залежить як від виду товарів і послуг підприємства, так і від загальної економічної ситуації (період сталого розвитку, період кризи і стагнації або період змін).

Таким чином, у роботі був запропонований комплексний підхід до проведення асортиментного аналізу, який дозволив би аргументовано планувати асортимент фірми. Аналіз, що проводиться, дозволяє:

- оцінити перспективність різних товарних груп і товарних позицій;
- визначити групи товарів, що відрізняються нестабільністю продажів;
- оцінити товари і послуги з точки зору їх поточних і запланованих прибутковості і затребуваності.

Література: 1. *Ольга Хамлова.* АВС-анализ: методика проведения: [Електрон. ресурс]. – Режим доступа: **http://www.4p.ru/main/theory/2624/**. **2.** *А.Н. Стерлигова.* Управление запасами широкой номенклатуры: с чего начать? // Логинфо. 2003. - № 12. С. 50-55. **3.** Экономика предприятия. Учеб./ Под ред. *В.Я. Горфинкеля.* - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2005. - 768 с.

УДК 338.439:330.522.4

ГОРЯЩЕНКО С.В., ***ХАРЧЕНКО А.А.,*** канд. экон. наук, доц.

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПИЩЕВОЙ ОТРАСЛИ

Управление запасами представляет собой сложный комплекс мероприятий, направленных на обеспечение бесперебойного процесса производства и реализации продукции при минимизации текущих затрат на обслуживание запасов.

Эффективное управление запасами позволяет организации удовлетворять или превышать ожидания потребителей, создавая такие запасы каждого товара, которые максимизируют чистую прибыль.

Оптимизация запасов позволяет добиться значительного снижения транзакционных издержек, освободить перегруженные склады и при этом сохранить необходимый уровень качества и оперативности поставок клиентам.

В работе доказано, что правильное и своевременное определение оптимальной стратегии управления запасами, а также нормативного уровня запасов дает возможность высвободить значительные оборотные средства, замороженные в виде запасов, что (в конечном счете) повышает эффективность используемых ресурсов. Существует большое количество различных моделей управления запасами, на выбор которых влияют различные факторы. Учитывается то, каков спрос на товар: стационарный или нестационарный, детерминированный или стохастический, непрерывно распределенный или дискретный, зависимый или независимый от спроса на другие товары.

Хотя характер спроса является одним из основных факторов при построении модели управления запасами, имеются и другие факторы, влияющие на выбор типа модели. К их числу относятся: сроки выполнения заказа; процесс пополнения запаса (мгновенный или равномерный во времени); пе-