

Джерела та література:

1. Кравець О. В. Оптимальні розміри “сировинних” зон для плодоовочевих виробництв / О. В. Кравець // Україна в 2000 році: трансформація в ринкову економіку : матеріали Всеукр. міжвуз. науч.-практ. конф. – Симферополь, 2000. – С. 209-213.
2. Ковач С. І. Калькуляція собівартості продукції садівництва / С. І. Ковач // Економіка та підприємництво : зб. наук. праць молодих учених та аспірантів. – К. : КНЕУ, 1999. – Вип. 3. – С. 172-177.
3. Панасенко Г. В. Зміни організаційних форм господарювання садівницьких підприємств Черкаської області / Г. В. Панасенко // Збірник наукових праць Луганського національного аграрного університету / за ред. В. Г.Ткаченко. – Луганськ : Элтон-2, 2002. – № 14 (26). – С. 146-150.
4. Соченко В. М. Підвищення економічної стійкості галузі садівництва в Криму / В. М. Соченко // Вісник ХНТУСГ. – Харків, 2004. – С. 51-53.

Круликовский А.П., Круликовский С.А., Акинина Л.Н.**УДК 332.122.****РАЗРАБОТКА ПОЛИПАРАМЕТРИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ
СНАБЖЕНИЕМ НА ОСНОВЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОБОРАЧИВАЕМОСТИ**

Постановка проблемы. Современное предприятие в условиях глобализации экономики вынуждено использовать все свои возможности для обеспечения конкурентоспособности. Значительное воздействие на развитие организации процессов управления на предприятии оказал переход от рынка, контролируемого продавцом, к рынку, контролируемому покупателями, сопровождавшийся существенными изменениями в стратегии товародвижения. Современный бизнес характеризуется тем, что конкурируют не только фирмы, но и их снабженческо-сбытовые цепочки. Оптимизация процесса управления запасами становится важнейшим фактором роста прибыли и рентабельности активов. Важнейшей задачей органов снабжения предприятия является рациональное обеспечение деятельности предприятия необходимыми товарными запасами соответствующего качества с использованием информационных технологий автоматизирующих основные бизнес-процессы в компании.

Анализ основных исследований и публикаций. Вопросы оптимизации и автоматизации логистики в условиях неравномерности процессов управления запасами предприятий вызывают постоянный практический интерес. Проблему управления запасами разрабатывали Шарков, А.А. [1], Абрамов А.А. [2], Рыжиков Ю. И. [3], Линдере М.Р. [4], Шрайбфедер Дж [5], Доналд Дж. Б. [6], Лукинский В. [7]. Использование методов инновационного логистического менеджмента в практике бизнеса позволяет значительно сократить товарные запасы, ускорить оборачиваемость оборотного капитала, снизить себестоимость продукции и обеспечить наиболее полное удовлетворение потребителей. В большинстве представленных на рынке корпоративных управляющих системах пока достаточно успешно решаются задачи текущего оперативного и бухгалтерского учета, отражающие движение финансовых и товарных потоков предприятия лишь по факту их совершения. В лучшем случае поддерживается лишь относительно небольшой перечень задач бюджетирования. Функции же планирования, особенно планирования закупок товара, пока в большей части разработок остаются в стороне.

Цели и задачи. Целью данной работы является определение методики повышения эффективности функционирования предприятия, за счет оптимизации стратегий управления запасами.

Автоматизация процессов управления закупками и заказами является важной составляющей реализации корпоративной стратегии предприятия с оптимальными затратами материальных, финансовых, трудовых, информационных, энергетических и других видов ресурсов.

Основные результаты исследования. Упорядочивание и автоматизация бизнес-процессов на любом этапе цепочек поставок помогает повысить точность планирования, оптимизировать уровень складских запасов, снизить издержки и вывести на новый уровень скорость реакции на изменения клиентских потребностей и изменения в условиях работы с поставщиками. Финансовый успех компании напрямую зависит от того, насколько быстро средства, вложенные в запасы, превращаются в живые деньги. В качестве показателя ликвидности запасов используется коэффициент оборачиваемости запасов. Важность этого показателя связана с тем, что прибыль возникает при каждом "обороте" запасов.

Чем выше оборачиваемость, тем лучше. Но по всем поставкам мы не сможем часто пополнять запасы - существуют требования поставщиков по объему, минимальные партии производства, да и потребности в товарах разные – нет смысла поставлять один ящик или килограмм каждый день. Но изучить возможность уменьшения интервала между заказами нужно, если мы хотим оптимизировать управление запасами. Особенно, если мы будем рассматривать всю цепочку поставок в целом [8].

В связи с тем, что основным процессом любого предприятия является процесс реализации продукции, т.е. продажи, то именно он регламентирует, как именно необходимо управлять запасами. Эффективное решение этой проблемы на предприятиях возможно при выработке набора критериев, для оптимизации размера материальных запасов. Для успешного планирования запасов необходимо планировать продажи, т.е. формировать «План продаж». Детализация и глубина плана продаж зависит от стратегии компании. Рассмотрим годовой план продаж. Минимальной детализацией является «Группа товаров» в месяц. Максимальной – Товар, Контрагент, Дата реализации.

Для предприятия, которое занимается только перепродажей необходимо анализировать следующие характеристики:

1. Какие поставщики предлагают товары, которыми торгует предприятие
2. Каковы ограничения по партиям заказа (минимальная партия заказа, производственные мощности поставщика)
3. Каковы сроки доставки (т.е. за сколько времени товар может быть доставлен на склады предприятия)
4. Каков срок хранения товаров (длительное хранение, ограниченный срок хранения)
5. Каковы условия оплаты (цены, аванс, кредитные лимиты)

При формировании планов продаж необходимо учитывать сезонность, статистические данные по продажам прошлых периодов.

Для предприятий производящих продукцию, необходимо проводить аналогичный анализ и для сырья и для материалов необходимых в производстве, согласовывая даты их поставок с производственным планом предприятия.

На основании этих данных и существующего плана продаж можно формировать те или иные модели управления закупками, например:

1. Для минимизации рисков затоваривания (в случае невыполнения плана продаж) – предпочтительны заказы от тех поставщиков, которые могут предоставить минимальные партии, отвечающие требованиям плана продаж, с учетом того, что товары будут доставляться непосредственно под планы продаж. Кроме того, такая модель очень эффективна при условии коротких сроков хранения и ограниченности складов. Количество поставок при этом возрастает, количество связанных средств будет не велико, стоимость логистики будет повышаться, но за счет высокой оборачиваемости эффективность управления запасами будет достаточной.

2. В случае, если сроками хранения товаров можно пренебречь (т.е. срок хранения значителен), целесообразно использовать модель, позволяющую минимизировать платежи по поставкам, т.е. уменьшить количество связанных средств. При этом партии доставки будут больше, а поставки – реже. При этом оборачиваемость будет несколько ниже, количество замороженных средств будет относительно велико, но в связи с большими объемами заказов можно получить хорошие условия по поставкам и уменьшить стоимость логистики. Однако, в этой модели возникает определенное затоваривание складов.

3. Если поставщик или внешний логистический оператор предлагает услуги по консолидационному хранению и доставке, то партии заказа, вероятно, будут неизменными, но стоимость хранения и логистические издержки, связанные с получением товара от поставщика и последующим перемещением на склады удаленных подразделений – резко снизятся. Да и требования к складским помещениям тоже станут менее критичными. В этой модели риски затоваривания остаются на уровне первого варианта, но уменьшается количество денежных средств, связанных в складах и внутренней логистике.

4. Существует группы товаров, работа с которыми возможна только под заказ. При этом риск затоваривания отсутствует, затраты на логистику находятся на уровне второй модели. Затраты на собственно хранение продукции, вероятно, минимальны, т.к. при «позаказной» реализации, как правило, используется предоплата.

5. Так же существуют группы товаров, в которых рынок все еще контролируется производителем. Для работы с этой группой товаров характерны все возможные риски – товар необходимо приобретать заранее, т.к. его просто может не быть у производителя, его нужно доставлять, хранить. Как правило, это крупногабаритный товар и хранить его приходится где-то вне складов подразделения, т.е. добавляется и внутренняя логистика. Возрастает риск порчи товара, его устаревания. Объем денежных средств, связанных в модули, как правило, значителен и связываются они на большой период.

Правильно выбранная модель закупок позволит предприятию получить максимально эффективный результат своей бизнес деятельности. Однако, выбрать только один сценарий в рамках модели закупок и работать по нему невозможно. Необходимо использовать различные сценарии для различных групп и категорий товара, изменять используемые сценарии в связи с изменением конъюнктуры рынка, условий производителей и поставщиков, изменении структуры компании, географии деятельности и прочих факторов. Непрерывное развитие рыночных экономических отношений требует решения сложных и трудоемких задач оптимизации запасов, которые невозможно получить при отсутствии развитой информационной системы, позволяющей получать адекватные рыночному спросу прогнозы потребности в товарных запасах, соответствующие динамике сегодняшнего дня. Для реализации модуля управления запасами в информационной системе управления предприятием необходимо провести моделирование процесса управления товарными запасами предприятия. Применение данного модуля обеспечит повышение эффективности системы управления поставками за счет автоматизации бизнес - процессов мониторинга заказа и поставки (отгрузки).

Это требует определения экономических параметров, влияющих на сценарий плана закупки и построения модели, при помощи которой можно найти оптимальный вариант плана закупки для каждого или большинства товаров. На рис.1 представлен алгоритм бизнес-процесса «Управление закупками» соответствующая выше приведенному описанию.

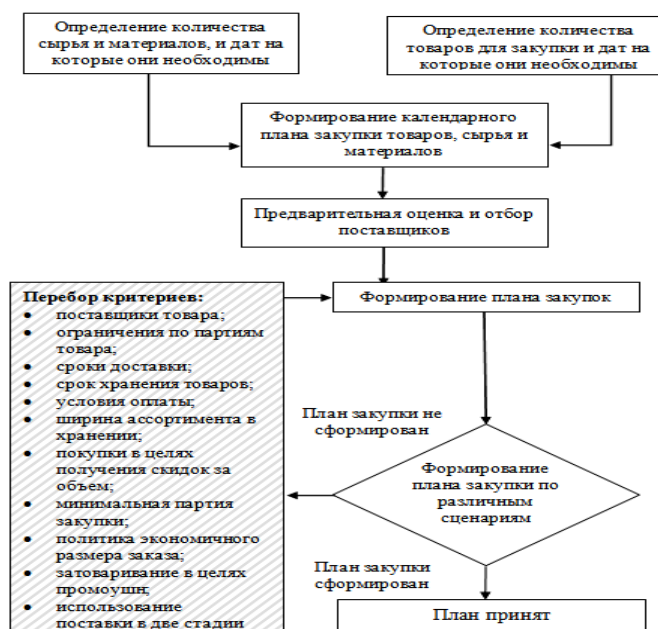


Рис. 1. Полипараметрическая модель бизнес-процесса «Управление закупками».

Особый интерес в данной модели имеет модуль «Формирование плана закупки по различным сценариям». Здесь предлагается использовать методика расчета нормы оборачиваемости полученную при анализе большого количества компаний, использующих одну из систем управления запасами. Результаты эмпирического исследования были обобщены и приведены в работе [9]:

$$\text{«Ожидаемое количество оборотов»} = \frac{12}{f * (OF + 0,2 * L)}$$

OF – средняя частота заказа в месяцах (т.е. временной интервал между размещением заказов поставщику)

L – средний период доставки в месяцах (т.е. время между размещением заказа и получением товара)

f – коэффициент, который обобщает действие прочих параметров, влияющих на теоретическое значение ожидаемого количества оборотов.

В таблице 1 приведены значения коэффициента *f*, для двух видов продукции с различными значениями параметров

Таблица 1. Значения обобщающего коэффициента *f*, для двух видов продукции с различными значениями экономических параметров.

Экономические параметры		Уровень фактора по товару 1	Уровень фактора по товару 2
1	Ширина ассортимента в хранении.	нормально	нормально
2	Большие, чем требуется, покупки в целях получения скидок за объем.	нормально	плохо
3	Требования минимальной партии закупки.	нормально	плохо
4	Ненадежность поставщика.	нормально	плохо
5	Факторы политики экономичного размера заказа.	нормально	нормально
6	Затоваривание в целях промоушн.	нормально	нормально
7	Использование поставки в две стадии.	нормально	нормально
8	<i>f</i> =	1,5	2,0

Источник: [9].

Для оценки уровня соответствующего фактора используем рейтинговое оценивание приведенных в таблице факторов, причем суммарная рейтинговая оценка должна находиться в диапазоне от 1,5 до 2.

Выводы. Оптимальный план закупок, в рамках полипараметрической модели бизнес-процесса «Управление закупками», выбирается на основании анализа различных экономических параметров для различных товаров и различных поставщиков. Анализируя план закупок в рамках различных сценариев, используя информационные технологии, имеем возможность выбирать оптимальный план закупок, что позволяет устранить многие проблемы в финансовом управлении. Эффективное управление закупками, особенно для многономенклатурного производства, способствует увеличению оборачиваемости запасов, что позволяет освободить денежные средства.

В дальнейших исследованиях планируется разработка модели модуля «предварительной оценки и отбора поставщика» и внедрения предложенной в данной статье модели управления снабжением на основе показателей оборачиваемости в корпоративную информационную систему.

Источники и литература:

1. Шарков А. А. Имитационное моделирование процессов управления запасами предприятий технического обслуживания / А. А. Шарков // Вестник МАДИ (ГТУ). – 2009. – № 1(16). – С. 102-104.
2. Абрамов А. А. Моделирование информационных процессов в системе управления промышленными предприятиями / А. А. Абрамов. – М. : МАИ, 1997. – 130 с.
3. Рыжиков Ю. И. Теория очередей и управление запасами / Ю. И. Рыжиков. – СПб. : Питер, 2001. – 384 с.
4. Линдере М. Р. Управление снабжением и запасами. Логистика / М. Р. Линдере, Х. Е. Фирон; [пер. с англ.]. – СПб. : Полигон, 1999. – 768с.
5. Шрайбфедер Дж. Эффективное управление запасами / Дж. Шрайбфедер; [пер. с англ.]. – 2-е изд. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 304 с.
6. Доналд Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок / Дж. Бауэрсокс Доналд, Дейвид Дж. Клосс; пер. с англ. под науч. ред. д.э.н., проф. В. И. Сергеева. – М. : Олимп-Бизнес, 2001. – 640 с.
7. Лукинский В. О развитии концепции управления запасами в цепях поставок / В. Лукинский // Логистика / Агентство Маркет Гайд. – 2007. – № 4. – С. 17-18.
8. Пинчук Ю. Управление запасами на основе показателей оборачиваемости / Ю. Пинчук // Финансовый директор. – 2008. – № 2. – С. 18-23.
9. Бузукова Е. А. Оборачиваемость товарных запасов / Е. А. Бузукова // Sales business = Продажи. – М. : ЗАО «Акцион-Медиа», 2006. – № 6. – С. 56-61.

Куку Н.**УДК 339.137.2:640.41+061.5****ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ГОСТИНИЦЫ «ПАЛЬМИРА ПАЛАС», КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ***1. Введение.*

Товару необходимо обеспечить не вызывающее сомнений, четкое и отличное от аналогов желательное место на рынке и в сознании целевых потребителей, т.е. произвести позиционирование, понимаемое как определение позиции товара среди конкурентов и придание товару определенного имиджа на целевом сегменте.

Изучением позиционирования туристского продукта занимались такие учёные как А.П. Дурович, Г.А. Папирян, и др. Однако, на наш взгляд, эта тема недостаточно изучена в аспекте позиционирования туристского продукта Крыма на примере конкретных предприятий.

Актуальность. Позиционирование помогает выявить уровень, на котором находится товар, а позиционирование отеля «Пальмира Палас» помогает определить его позиции на рынке услуг и среди потребителей. А так же возможно содействие в повышении уровня отеля и улучшении его репутации.

II. Постановка задачи.

Цель статьи. Выделить место занимаемое отелем «Пальмира Палас» среди конкурентов и потребителей, а так же выявить сильные и слабые стороны отеля с целью улучшения развития качества предоставляемых услуг.

Готовясь к отдыху, потребители имеют полное или частичное представление о том, где провести отдых, какую сумму потратить и какой отдых они хотели бы получить. Несомненно, выбор производится из самых престижных, комфортабельных или же доступных гостиниц и отелей. Для позиционирования все эти критерии важны.

У отеля «Пальмира Палас» существуют три основных конкурента в той же географической зоне: «Красотель Левант», «Ялта Интурист», «Ореанда».

Таким образом, для позиционирования будут использованы наиболее значимые, на наш взгляд критерии: цена, уровень инфраструктуры, потребительские предпочтения.

Критерий 1 – «Самая низкая цена за номер, в период спада спроса на туристский продукт». (табл. 1)

Таблица 1. Изменение цены за номер.

Гостиница	Самая низкая цена за номер (грн.) (2011 г.)	Самая низкая цена за номер (грн.) (2012 г.)	Прирост 2011-2012 Δ, %
"Пальмира Палас"	740,00	740,00	0
"Красотель – Левант"	499,00	579,00	16
"Ялта – Интурист"	400,00	480,00	20
"Ореанда"	820,00	870,00	6

Примечание: см.источники: [3],[4],[5],[7].

Из анализа данных приведённых в таблице, следует, что в период с 2011 по 2012 год цены за номер в отелях «Красотель Левант», «Ялта Интурист» и «Ореанда» возросли на 16 %, 20 % и 6 % соответственно.

На наш взгляд, одной из основных причин роста цен является, «законодательная база», а именно, вызванная налоговым законодательством: