УДК 004.9
Іванов Д.С.[1], Малієнко А.В [2]

ОПТИМІЗАЦІЯ СКЛАДСЬКИХ ЗАПАСІВ ТА ВИБІР ПОСТАЧАЛЬНИКА ПІДПРИЄМСТВА ТОВ "АКВАФРОСТ" В СУЧАСНИХ РИНКОВИХ УМОВАХ

У сьогоднішньому жорсткому конкурентному середовищі, що характеризується низькою рентабельністю, високими споживчими очікуваннями щодо якісних продуктів і короткими термінами виконання замовлень, компанії змушені використовувати будь-яку можливість для оптимізації своїх бізнес-процесів. Щоб досягти цієї мети, вчені та практики дійшли одного і того ж висновку: щоб компанія залишалася

[1] студент групи 124-20м-1, НТУ «Дніпровська політехніка»
[2] к.т.н., доцент кафедри системного аналізу і управління, НТУ «Дніпровська політехніка»

конкурентоспроможною, вона повинна працювати зі своїми партнерами по ланцюжку поставок, щоб поліпшити загальну продуктивність ланцюжка. Таким чином, будучи основним процесом у висхідному ланцюжку і зачіпаючи всі сфери діяльності організації, закупівельна функція набуває все більшого значення. На сьогодні ми живемо у часі швидких змін на ринку, короткого циклу обігу продукції і послуг, мінливості споживчого попиту велике значення має правильність прийняття управлінського рішення. Важлива фундаментальність бази для прийняття стратегічних рішень і контроль над їх виконанням.

Кожне підприємство у якомусь моменті часу буде стояти перед вибором постачальника або його зміни. Метою цієї роботи є пошук найкращої альтернативи при прийнятті рішення, пов'язаного з вибором. Даний етап дуже важливий для менеджерів з логістики, тому як від прийнятого рішення залежить, наскільки ефективно буде побудований бізнес.

Тема дипломної роботи актуальна в силу того, що впровадження методів логістики в торгівлю дозволяє прискорити оборотність оборотних коштів, оптимізувати витрати обігу, забезпечити найбільш повне і якісне задоволення попиту споживачів. А також Логістика на рівні окремого торгового підприємства, має на увазі координацію дій щодо закупівлі, транспортування, зберігання та реалізації товару, тому важлива злагодженість перебігу цих процесів для підвищення ефективності діяльності підприємства.

Практична цінність роботи полягає в можливості підвищення прибутку за рахунок вибору більш доцільного постачальника для підприємства за рахунок коректної оцінки кожного з них.

Під час проведення досліджень у дипломній роботі було розглянуто продукцію власного виробництва ТОВ «Аквафрост» та проведено оцінку постачальників відносно існуючих популярних брендів. Підприємство «АКВАФРОСТ» найбільше в Україні з переробки і виробництва продукції з сурімі, море і рибопродуктів. ТОВ «Аквафрост» випускає продукцію під торговою маркою «Водний мир».

Компанія «Водный мир» являє собою виробничо-торгівельне підприємство лідера Одеського регіону з випуску продуктів харчування. Торгова марка «Водний мир» – це єдиний в Україні виробник крабових паличок. Крім них, лінійка продуктів компанії включає широкий асортимент продукції з морепродуктів та риби. За 19 років компанія «Водний мир» зуміла завоювати довіру споживачів і заслужено займає лідируючі позиції на ринку України. Безумовно це – результат зусиль, вкладених в високу якість та смак продуктів.

Найбільш доцільний серед усіх постачальників за обома методами Annelies Ilena # PL 22621742 WE. Друге місце зайняла фірма Helen Mary DE-MV-25007EG, третє - Global Floro SF -225, четверте - Brim A 456, п'яте - Vardin Pelagic FO-181.

За результатами аналізу було визначено, які товари є найбільш рентабельними та у яких поставників краще за всього їх придбати. Та знайшли товар до якого слід змінити постачальника, а саме Креветки Южної. На цей момент фірма закуповує його у «Brim A 456», але більш доцільним буде купувати його у «Annelies Ilena # PL 22621742 WE». Та дізнались що до інших товарів вибір постачальника зроблен вірно, згідно використаних методів (методу головного критерію, методу аналізу ієрархій).

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Офіційний веб-сайт «Водный мир» // (online): https://vodnyj-mir.ua/products/

2. Перегожина О.Н. Проблеми конкурентоспроможності наукоємних виробництв в сучасних умовах // Високі технології. 2007. Т.8, № 1. С. 78.

3. Онлайн-ресурс «Онлайн - енциклопедія по маркетингу і рекламі» http://powerbranding.ru/teoriya-marketinga/

4. Юдін М.А. «Порівняльна характеристика методів оцінки конкурентоспроможності продукції» [Електронний ресурс] // Економіст – 2010 - №6 – с.40

5. Тормоса Ю. Г. Ціни та цінова політика: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2001. — 122 с.