

**Науковий реферат статті Алексєєва С. Б.
"Аналіз постачальницького потенціалу торговельної мережі"**

Постачальники як один з основних елементів зовнішнього мікрооточення підприємства, справляють значний вплив на діяльність торговельної мережі. У загальному розумінні від них залежать основні конкурентні переваги товарів, що пропонує мережа покупцям. Визначення й використання постачальницького потенціалу дозволить торговельному підприємству підвищити ефективність своєї основної діяльності, створити і підтримувати бажану конкурентну позицію.

Розгляду проблем вибору постачальників і управління взаємодією з постачальниками присвячені наукові праці багатьох вітчизняних і зарубіжних авторів, але жоден з авторів не розглядає поняття та структуру постачальницького потенціалу підприємства і не пропонує методичного підходу до його оцінювання. Методи, що пропонують автори, спрямовані лише на обґрунтування відбору постачальника і не розкривають всіх елементів взаємодії підприємства і постачальника, а також не враховують особливостей організації та управління постачанням у торговельних мережах. Основними цілями даної статті є визначення особливостей взаємодії з постачальниками в торговельних мережах, обґрунтування структури постачальницького потенціалу торговельних мереж, розробка методики розрахунку сукупного постачальницького потенціалу торговельної мережі.

Аналіз управління взаємодією з постачальниками на підприємствах торгівлі продуктами харчування дозволяє виділити наступні особливості управління постачанням у торговельних мережах: по-перше, торговельні мережі використовують автоматизовану систему управління взаємодією з постачальниками SRM; по-друге, всі продуктові торговельні мережі мають власні торговельні марки; по-третє, торговельні мережі отримують у взаємодії з постачальниками додатковий дохід від рекламних послуг та мерчандайзингу; по-четверте, постачання продуктів харчування здійснюється раз або два рази на тиждень за попереднім замовленням, умови постачання передбачають доставку продуктів за рахунок постачальника і розрахунки за фактом постачання; по-п'яте, торговельні мережі проводять змагання між постачальниками на тендерній основі; по-шосте, взаємодія з постачальником передбачає штрафні санкції постачальнику за будь-яке порушення строків постачання або якості чи

асортименту товару і штрафні санкції магазину за відсутність товару на належному місці в торговельному залі; по-сьоме, угоди з постачальниками передбачають повернення товару, на який закінчується строк придатності.

У статті обґрунтовано структуру постачальницького потенціалу, що містить економічну і управлінську складові, запропоновано методику розрахунку елементів постачальницького потенціалу і сукупного постачальницького потенціалу торговельної мережі, а також коефіцієнта його використання. З метою апробації запропонованої методики розраховано постачальницький потенціал і коефіцієнт його використання для трьох провідних торговельних мереж Донецької області, що здійснюють торгівлю продуктами харчування.

Література: 1. Линдерс М. Р. Методы выбора поставщика, метод оценки затрат [Электронный ресурс] / М. Р. Линдерс, Х. Е. Фирон. – Режим доступа : <http://www.secreti.info/biz148-1.html>. 2. Зозулев А. В. Маркетинг [Электронный ресурс] / А. В. Зозулев, Н. С. Кубышина. – Режим доступа : http://pidruchniki.ws/18670708/marketing/_zozulev_ab. 3. Астафьева О. М. Методы управления поставщиками [Электронный ресурс] / О. М. Астафьева. – Режим доступа : <http://www.be5.biz/ekonomika1/r2011/1248.htm>. 4. Новиков М. В. Маркетингово-экономическая модель аттестации поставщиков [Электронный ресурс] / М. В. Новиков // Корпоративный менеджмент. – 2013. – Режим доступа к журн. : http://www.cfin.ru/management/manufact/attest_sup.shtml. 5. Еремина Е. А. Нечеткая модель выбора поставщика / Е. А. Еремина // Молодой ученый. – 2011. – № 11, т. 1. – С. 120–122. 6. Важаев А. Н. Территориальный подход к выбору поставщиков услуг и оборудования для экономических субъектов на примере вуза [Электронный ресурс] / А. Н. Важаев, Ю. А. Самарова // Современные проблемы науки и образования. – 2011. – № 4. – Режим доступа к журн. : <http://www.science-education.ru/98-4781>. 7. Климова Г. В. Общие принципы построения модели оценки поставщика / Г. В. Климова // Вестник Удмуртского университета. Серия "Экономика и право". – 2013. – Вып. 3. – С. 45–50. 8. Андрейчиков А. В. Анализ, синтез, планирование решений в экономике / А. В. Андрейчиков, О. Н. Андрейчикова. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 368 с. 9. Саати Т. Математические модели конфликтных ситуаций / Т. Саати. – М. : Сов. радио, 1977. – 304 с. 10. Головкин Н. Н. Аспекты прикладной логистики: монография / Н. Н. Головкин. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 147 с. 11. Мешкалин В. П. Принципы промышленной логистики / В. П. Мешкалин. – М. : Генуя, 2002. – 722 с. 12. Лещенко Е. В. Разработка структуры концептуальной модели компьютеризированной системы адаптивного управления конкурентоспособностью предприятия / Е. В. Лещенко // Экономика розвитку. – 2012. – № 3. – С. 85–90. 13. Алексеев С. Б. Формування механізму інформаційного забезпечення управління стратегічним потенціалом торговельного підприємства / С. Б. Алексеев // Економічний часопис-XXI : науковий журнал Інституту суспільної трансформації та інституту світової економіки і міжнародних відносин НАН України. – 2013. – № 11–12 (2). – С. 60–63.

Інформація про автора

Алексеев Сергій Борисович – канд. екон. наук, доцент кафедри економіки підприємства Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (83050, Україна, м. Донецьк, вул. Щорса, 31, e-mail: alekseeva_n_i@mail.ru).