

ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ ПЛОДОВООВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ

ДОНЕЦЬ О. С.

кандидат економічних наук

МОІСЕЄНКО О. Ю.

Донецьк

З і всього різноманіття відомих ринків продукції одним із специфічних є ринок плодоовочевої продукції. Плодоовочева продукція є завжди затребованою, з тією лише поправкою, що для деяких її видів рівні об'ємів реалізації визначаються під впливом сезонної компоненти. З цього виходить, що при ефективній організації процесу дистрибуції даного виду продукції ця сфера підприємництва завжди буде прибутковою і затребуваною.

Специфіка ринку плодоовочевої продукції полягає в тому, що товар, який продається, є швидкокопсувним, і на його зберігання потрібні значні матеріальні витрати. Також важливу роль відіграють технології зберігання. Підприємець як, власне, і покупець цієї продукції, зацікавлений у підтримці і збереженні свіжості та якості товару, що продається (що купується). Ця сфера вимагає постійного контролю якості продукції та швидкості її доставки до кінцевого споживача, досягнення чого дуже важке без інформаційних технологій, які за останні роки зробили надзвичайний крок на ринку інформаційних товарів і послуг.

Прогнозування є важливим елементом організації управління – як окремими господарюючими суб'єктами, так і економіки в цілому. Розвиток методів прогнозування безпосередньо пов'язаний з розвитком інформаційних технологій, зокрема, із зростанням об'ємів даних, що зберігаються, і ускладненням методів прогнозування. Збір і облік інформації забезпечує доступ до усіх необхідних даних, полегшує і автоматизує робочий процес, дає можливість прогнозувати та проаналізувати подальший розвиток ситуації.

Проблема інформатизації охоплює усі види діяльності, призначені для переміщення продуктів і інформації між учасниками логістичного процесу. У своїх роботах цю проблему розглядали Доналд Дж. Бауерсокс і Дейвід Дж. Клоос [1], Сергеев В. І. [2].

Інформація є ключовим елементом логістичних операцій. Завдяки інформації фірма може конкретизувати потреби об'єктів логістичних систем і ланок ланцюгів постачань. Головне завдання інформаційного обміну полягає в узгодженні вимог різних суб'єктів до розмірів замовлень, доступності запасів і швидкості переміщення ресурсів. Система логістики підприємства повинна забезпечувати механізм зворотного зв'язку, оскільки має підтримувати взаємозв'язок між контрагентами і миттєво реагувати на будь-які зміни. Ці взаємозв'язки можна представити у вигляді схеми інформаційних потоків у

логістичному процесі, що показують рух інформації через усі елементи логістичної системи.

Запропонована схема руху інформаційних потоків покаже рух основної інформації, необхідної для функціонування підприємства на ринку дистрибуції плодоовочевої продукції, та взаємозв'язки між інформаційними потоками.

Процес управління інформаційними потоками включає аналіз ринку постачальників і споживачів, контроль попиту і пропозиції на ринку плодоовочевої продукції. На ринок плодоовочевої продукції має значний вплив сезонні коливання. Поява на ринку сезонних овочів і фруктів відбивається на рівні ціни на цей товар. Розглянемо це явище на прикладі динаміки збуту моркви. Відповідно, має місце зниження цін на моркву в літньо-осінній період, оскільки саме в цей період року на ринок надходить велика кількість моркви, і якщо врожай був досить великим, то продавці знижують ціни. На зниження цін на моркву при значному врожаї також впливає той факт, що її просто ніде зберігати. Таку ситуацію Україна могла спостерігати влітку 2011 р., тому продавці, проти свого бажання, продавали свій товар за дуже низькими цінами, бо зберігати таку кількість врожаю просто ніде. Поява на ринку нового урожаю приводить до коливань ціни на цей вид товару. Розглянемо загальну картину існуючої сезонності на торговому підприємстві ТОВ «Вітамін» з метою визначення причини її виникнення. Для цього були розраховані індекси сезонності за реалізованим обсягом моркви за 2011 р. Для визначення індексів сезонності за базовий було обрано рівень, в якому спостерігалась максимальна ціна моркви (квітень).

Індекси сезонності були розраховані за формулою:

$$I_s = \frac{Y_i}{Y_{\text{баз.}}}, \quad (1)$$

де I_s – індекс сезонності;
 Y_i – ціна реалізації моркви за i -тий місяць, грн/кг;
 $Y_{\text{баз.}}$ – ціна моркви в базисний місяць грн/кг.

Реалізація моркви на ринку плодоовочевої продукції характеризується різко вираженою сезонністю. Найменший обсяг реалізації доводиться на січень, а найбільший – на вересень (рис. 2).

Річні сезонні коливання можна розбити на п'ять сезонів (рис. 3):

1. Ціна зростає, попит зростає (січень – березень). Це пов'язано зі зростанням вартості зберігання плодоовочевої продукції.

2. Ціна знижується, попит знижується (березень – травень). Ціна знижується задля розпродажу старого врожаю, а попит знижується, оскільки покупці вже чекають нового врожаю.

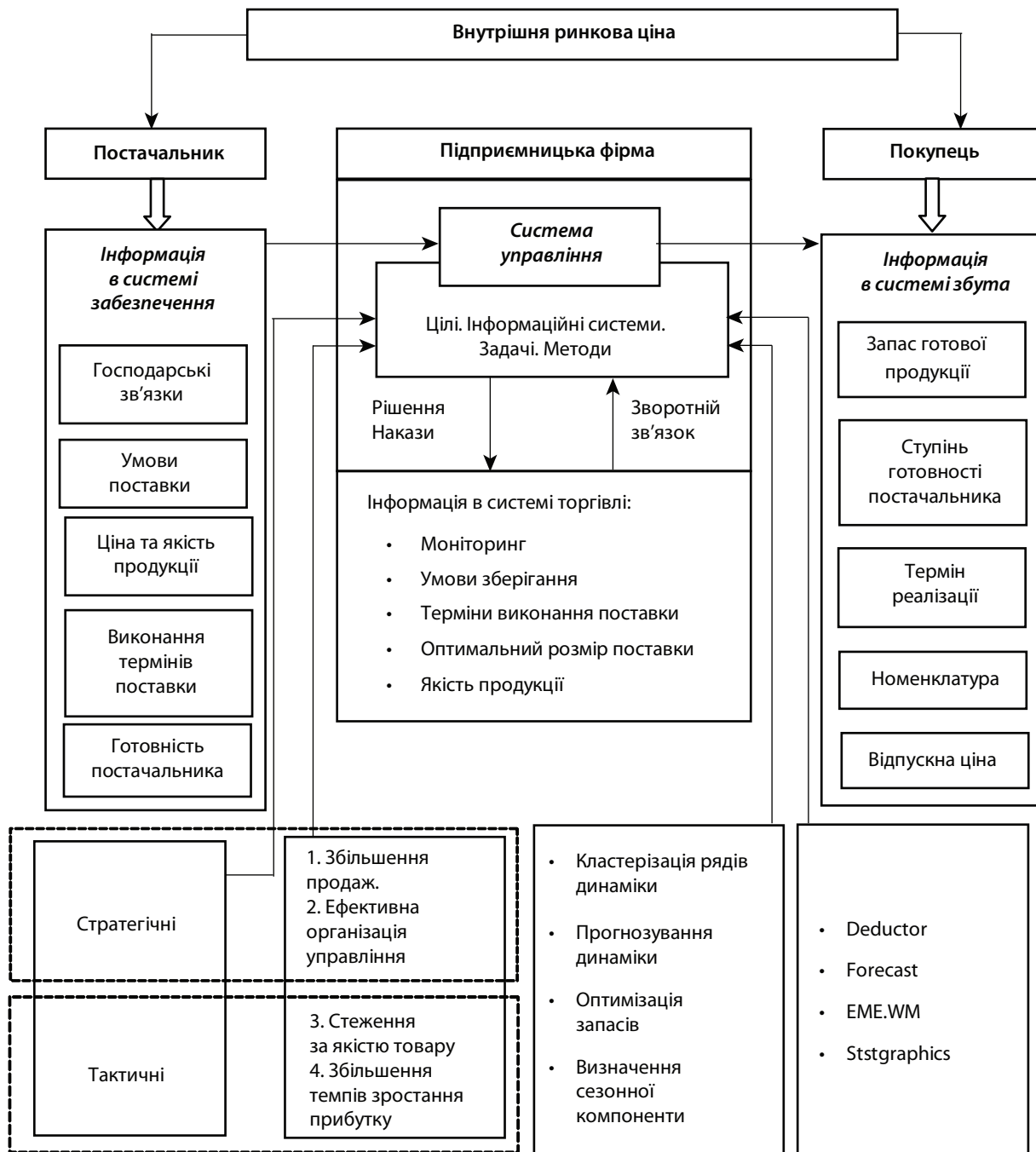


Рис. 1. Концепція інформаційно-аналітичного забезпечення логістики підприємства

3. Ціна знижується, попит зростає (травень – вересень). На ринку з'являється новий врожай. Закупка товару на зимовий період.

4. Ціна зростає, попит знижується (вересень – жовтень). Покупці досягають ступеню насичення, що призводить до зниження попиту.

5. Ціна знижується, попит не змінюється. За рахунок відсутності можливості зберігання: велика кількість товару швидко псується (можливий етап, пов'язаний з низькою температурою в зимовий період).

У процесі встановлення ціни суттєву роль відіграє еластичність попиту. Для її моніторингу і своєчасного прийняття управлінських рішень необхідно застосовувати аналітичне забезпечення.

Розробляючи асортиментну матрицю відповідно до структури споживчого попиту, необхідно розуміти,

що попит споживачів – це мінлива категорія. У зв'язку з цим необхідно постійно відстежувати зміни в структурі попиту і відповідно до них оптимізувати асортиментну структуру підприємства. Можна припустити, що попит на плодоовочеву продукцію не є еластичним, оскільки зміна цін на цю продукцію приводить до зміни обсягу попиту менше, ніж на 1%, тобто споживачі явно не реагують на зміну ціни з тих причин, що овочі є товаром першої необхідності. Але великий вплив на еластичність попиту на овочі має сезонність: саме в період підвищення цін може спостерігатися еластичний попит. Попит на плодоовочеву продукцію протягом року на пряму залежить від сезону. Саме сезонні коливання ціни та обсягу збуту визначають, яким буде попит: еластичним чи не-еластичним (рис. 4).

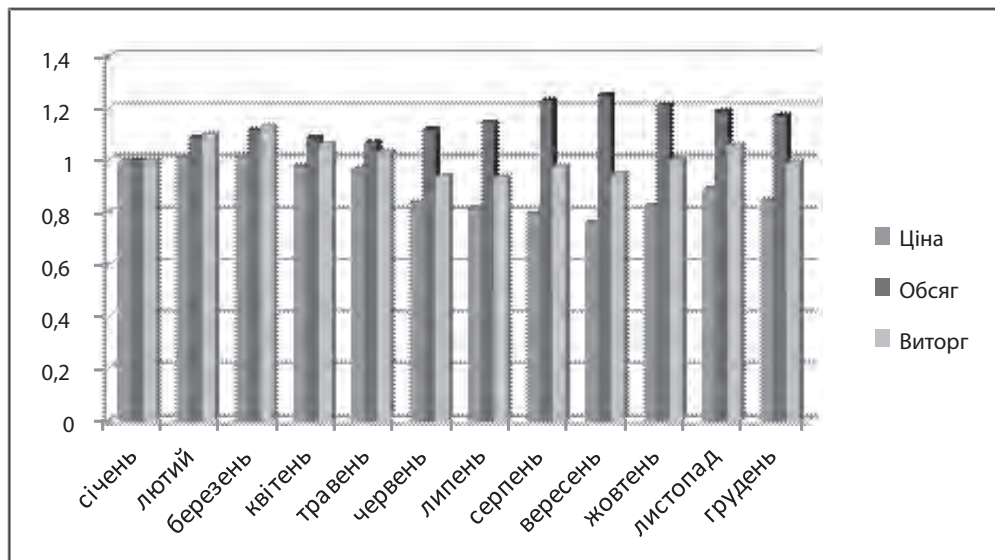


Рис. 2. Діаграма сезонних коливань об'єму реалізації, ціни та виторга моркви за 2011 р.

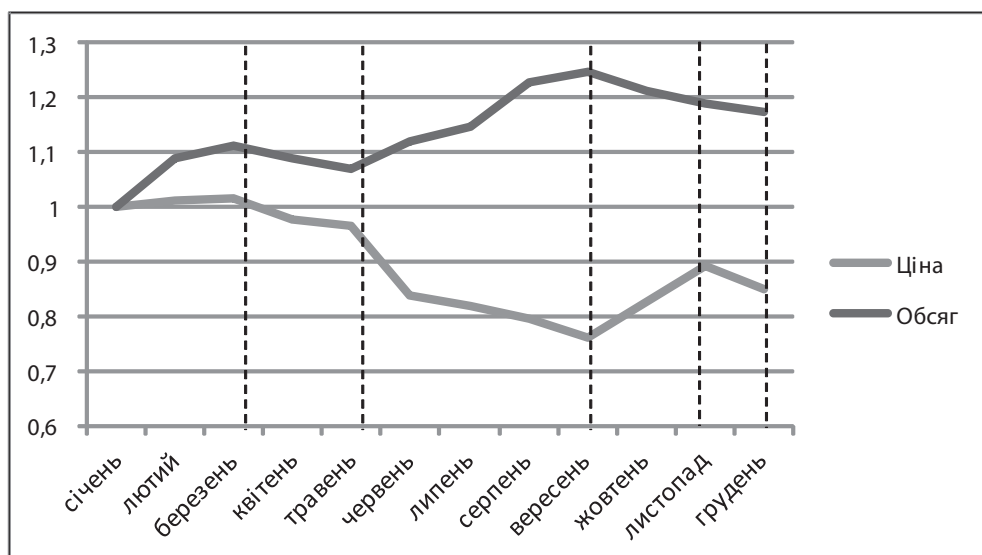


Рис. 3. Графік сезонних коливань обсягу реалізації та ціни на моркву за 2011 р.

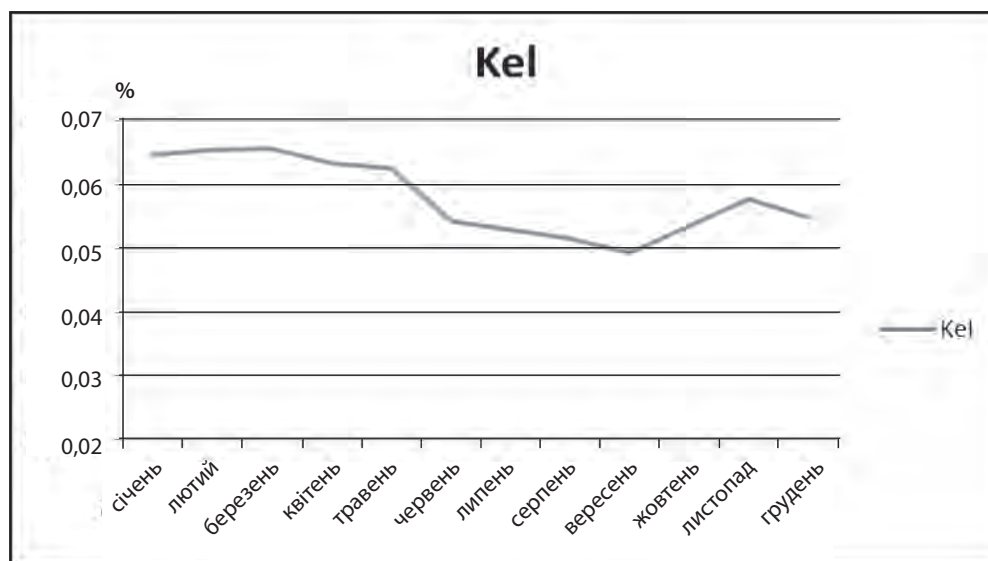


Рис. 4. Еластичність попиту по ціні на моркву протягом року

Розрахунок коефіцієнта цінової еластичності попиту важливий ще й тому, що ступінь еластичності попиту впливає на зміну розміру виторгу при зміні ціни. Цей аспект важливо враховувати при прийнятті рішення про зміну ціни товару. Маючи в своєму розпорядженні дані про ступінь цінової еластичності попиту на товар, підприємець повинен брати до уваги, що якщо попит на товар є нееластичним, то можна підняти ціну на даний товар без шкоди для виторгу підприємства при еластичному попиті, навпаки, зростання ціни буде супроводжуватися зниженням обсягу продажів і виторгу.

Аля контролювання еластичності попиту можна використовувати логістичний метод реагування на попит. Цей метод застосовується з метою максимального скорочення часу реакції на зміну попиту шляхом швидкого поповнення запасів у тих точках ринку, де прогнозується збільшення попиту. Концепція визначення кількості замовлення використовує методику контролю та управління запасами, засновану на точці замовлення і статистичних параметрів витрати продукції. Ця концепція довго не знаходила призначення в логістиці внаслідок неточності прогнозування попиту. Поява інформаційних технологій та комп'ютерних систем дозволяє вивчати попит в точках продажів, робити більш точні прогнози, що негайно позначається на застосуванні даної концепції в практиці підприємств. Цьому ж сприяли нові гнучкі виробничі технології, які значно зменшили тривалість виробничо-логістичних циклів. Сфера використання даної концепції, в основному, регулювання рівня страхових запасів з метою вирівнювання коливань попиту. ■

ВИСНОВКИ

Таким чином, використання запропонованої концепції потоків інформаційної логістики при розробці інформаційно-аналітичного забезпечення спрямовано на вирішення таких задач:

- ✦ здійснювати моніторинг основних показників діяльності підприємства;
- ✦ забезпечити ефективну координацію взаємодії основних ланок: постачальник – підприємець – покупець;
- ✦ встановлювати оптимальну ціну, яка дозволяє максимізувати можливий прибуток в заданому періоді, тобто знайти оптимальні співвідношення ціни, об'єму реалізації, виторгу і собівартості;
- ✦ прогнозувати динаміку розвитку ринку плодово-овочевої продукції. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. **Бауэрсокс Доналд Дж.** Логистика: интегрированная цепь поставок / Бауэрсокс Доналд Дж., Клосс Дейвид Дж. – 2-е изд. ; Пер. с англ. – М. : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2010. – 640 с.
2. **Сергеев В. И.** Логистика: Информационные системы и технологии : Учебно-практическое пособие / В. И. Сергеев, М. Н. Григорьев, С. А. Уваров. – М. : Издательство «Альфа-Пресс», 2008. – 608 с.
3. **Гаджинский А. М.** Логистика : Учебник для высших и средних специальных учебных заведений / А. М. Гаджинский. – 2-е изд. – М. : Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2009. – 228 с.
4. **Magee J. F. and Others.** Modern Logistics Management Integrating Marketing, Manufacturing and Physical Distribution. – John Wiley and Sons. USA, 1985.