

Виникає необхідність в подальшому дослідженні застосування й можливостей розвитку КСВ в Україні. Основними перешкодами для впровадження КСВ є: нестача коштів; податковий тиск та недосконалість нормативно-правової бази, відсутність стимулів з боку держави (пільги); недостатність власного досвіду, невідпрацьовані механізми впровадження КСВ; неможливість контролю за використанням наданих коштів; недостатність інформації позитивних прикладів впровадження корпоративної соціальної відповідальності, організацій, які змогли надати таку допомогу.

Український бізнес для реалізації соціальних програм все активніше використовує соціальні інвестиції, соціально значимий маркетинг, грошові гранти, спонсорська допомога та благодійні пожертвування.

Література:

1. Социальная ответственность SA 8000. ООО «Системный Консалтинг». URL: <http://www.s-konsalt.ru/articles/SA-8000-Social-Accountability-8000-socialnayaotvetstvennost.1710.html>.

2. ДСТУ ISO 26000-2012 Керівництво з соціальної відповідальності. ЗАТ «Кодекс». URL: docs.cntd.ru/document/gost-r-iso-26000-2012.

ОБГРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ОПТИМАЛЬНОГО ПОСТАЧАЛЬНИКА МАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Яссін Баба, Чень Чен

Науковий керівник: Величко Я.І., асистент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Проблеми вибору оптимального постачальника, який би був надійним партнером для підприємств, установ та організацій, є одними з найважливіших питань в умовах сучасного ринку. Відділ управління закупівлями вирішує завдання пошуку і вибору постачальників, а також визначає умови, на яких закуповуються сировину і матеріали.

Вченими-економістами недостатньо уваги приділено використанню факторних моделей вибору постачальників, що і зумовило вибір напрямку дослідження. Метою даного дослідження є побудова факторної моделі обґрунтування вибору постачальника при формуванні закупівельної логістики, яка враховувала б такі критерії, як якість сировини і матеріалів, своєчасність постачання, ціну, місцезнаходження постачальника, порядок розрахунку, фінансову стабільність, можливість отримання позапланових поставок тощо.

Автотранспортні підприємства надають транспортні послуги з перевезення вантажів та пасажирів. В процесі виробництва використовуються такі види сировини і матеріалів, як паливо, мастильні та експлуатаційні матеріали, запасні частини, агрегати та інше.

Запропоновані наступні етапи обґрунтування вибору постачальників:

1) визначення мети підприємства під час закупівлі сировини і матеріалів;

- 2) визначення кількості та наповнення критеріїв для оцінки постачальників;
- 3) визначення параметрів оцінки постачальників;
- 4) аналіз можливих і обґрунтування потенційних постачальників;
- 5) аналіз отриманих результатів вибору постачальників.

Дотримання цих етапів дозволяє вибрати критерії та визначити параметри оцінки надійності постачальників.

До основних критеріїв вибору постачальників відносять: якість матеріальних ресурсів, надійність поставок, якість супутнього сервісу, фінансові умови, можливості задовольнити вимоги виробника, місце розташування тощо.

Апробація запропонованого методичного підходу щодо обґрунтування вибору постачальників при формуванні логістики поставок здійснювалася на основі даних ТОВ «Преіз» м. Харкова, що здійснює виробництво пластикових вікон та дверей та фурнітури для них. Для аналізу були обрані лише постачальники ПВХ профілю.

Основними постачальниками фурнітури для виробництва пластикових вікон, а саме пластикового профілю є Компанія «Алюр-Пласт», ТОВ «ПрофІнвест», ПрАТ «Завод алюмінієвих профілів», Компанія «Екопласт».

Розглянемо факторну модель обґрунтування вибору постачальника при формуванні логістики поставок, яка представлена в табл. 1.

Таблиця 1 – Факторна модель обґрунтування вибору постачальника при формуванні логістики поставок

Критерії	Постачальники			
	Компанія «Алюр-Пласт»	ТОВ «ПрофІнвест»	ПрАТ «Завод алюмінієвих профілів»	Компанія «Екопласт»
Якість сировини і матеріалів	3	2	2	2
Своєчасність постачання	2	2	3	2
Ціна за тону	2	1	2	3
Місцезнаходження	3	2	2	1
Порядок розрахунків	3	3	2	1
Фінансова стабільність	3	3	1	3
Можливість отримання позапланових поставок	3	3	2	1
Всього балів	19	16	14	13

З аналізу даних табл. 1 випливає висновок, що підприємства ПрАТ «Завод алюмінієвих профілів» та Компанія «Екопласт» набрали найменше балів,

оскільки у співпраці з цими постачальниками не передбачена можливість позапланових поставок, що знижує довіру до цих постачальників. Отже, потенційними постачальниками є Компанія «Алюр-Пласт» та ТОВ «ПрофІнвест».

Підводячи підсумки проведеного дослідження, слід зазначити, що запропонована модель обґрунтування вибору постачальників при формуванні логістики поставок враховує такі найвагоміші критерії, як якість сировини і матеріалів, своєчасність постачання, ціну, місцезнаходження постачальника, порядок розрахунку, фінансову стабільність, можливість отримання позапланових поставок.

Перспективою подальших розробок є формування стохастичних моделей, які враховували б усі наведені вище критерії та зміни обсягу виробництва через вплив зовнішнього середовища.