

У торгівлі переважають партійні перевезення. До них належать перевезення вантажів партіями, розмір котрих менший за вантажність найбільш ефективних транспортних засобів. Диференціацію партійних перевезень за розмірами партій доцільно робити у відповідності до прийнятої класифікації вантажів і рухомого складу. При доставці обмежених партій вантажів на маятникових маршрутах необхідно, щоб вантажність автомобілів відповідала партійності перевезень. У протилежному випадку безпідставно збільшується матеріалоемність перевезень і витрати палива на переміщення автомобіля завищеної маси, а у результаті збільшується собівартість перевезень.

Скорочення собівартості перевезень можна досягти шляхом застосування розвізних маршрутів при кількості пунктів заїзду від 1 до n . При цьому, чим далі від центрального пункту розташовані пункти заїзду, тим більша протяжність оптимальних розвізних маршрутів і тим ефективніше їх використання. Аналогічно, чим менше розмір партії вантажу і чим вище повинна бути щільність дислокації пунктів заїзду на території району перевезень, тим ефективніше буде використання розвізних маршрутів.

Отже задача підвищення ефективності перевезення партійних вантажів використання парку автомобілів при перевезенні партійних вантажів залишається актуальною і вирішувати її необхідно через застосування розвізних маршрутів і вибору рухомого складу необхідної вантажності для роботи на цих маршрутах.

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ДОСТАВКИ НЕПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ В ТОРГІВЕЛЬНУ МЕРЕЖУ LC WAІKІKІ

Дядченко А.О.

Науковий керівник – Ковиур К.Г., канд. техн. наук, доцент

(Харківський національний автомобільно-дорожній університет)

Поточне положення про формування роздрібної торгівлі характеризується конкретною спрямованістю до укрупнення бізнесу за рахунок консолідації торговельних компаній і формування торговельних мереж. Для цього є справжнє фінансове підґрунтя. Так як величезний комерційний бізнес – це також економія на масштабах, а також ймовірність значного зменшення вартості закупівлі товарів, і заощадження адміністративно-управлінських витрат, і пробивання власних інтересів в муніципальних сферах, а також економічна забезпеченість до безперервних технологічних інновацій і вдосконалення всіх бізнес-процесів [1]. Визначення раціонального розташування розподільчих та

регіональних центрів є складним питанням, тому що залежить не тільки від місць дислокації торгових точок, від обсягів продажів в них, а й від великої кількості супровідних факторів [2].

Головною умовою розвитку сфери торгівлі в Україні вважається збільшення доходів жителів, що обумовлюється темпами збільшення заробітної плати, а також зменшенням ступеня відсутності роботи [3]. Але, збільшення доходів жителів в 2019 не супроводжувалося відповідним розширенням товарної пропозиції. Це пов'язано зі зміною концепції перерозподілу доходів, що виражена в збільшенні заробітної плати при падінні темпів збільшення економіки в цілому. Тому, незалежно від тенденцій формування економіки, потреба в непродовольчих, побутових, а також продовольчих товарів збільшується передовими темпами.

LC Waikiki - лідер турецької роздрібною індустрії одягу. Бренд LC Waikiki з'явився в 1985 р., а також за останні п'ятнадцять років виріс в компанію, яка стала однією з основних в сфері роздрібною торгівлі одягом. На сьогоднішній день мережа містить приблизно 566 торгових центрів в 28 державах по всьому світу. Обороти фірми становить приблизно \$ 3 млрд на рік. На території України вже функціонує 37 магазинів загальною площею понад 33 000 кв. м. Весь товар, який виробляється за кордоном, доставляється на основний склад, який знаходиться в Туреччині. Потім вже відбувається доставка товарів зі складу Туреччини на склад інших країн. В Україні розподільний центр знаходиться в м. Київ. Даний розподільний центр не є власністю компанії Tema Moda Ukraine LLC. Компанія орендує декілька складів для нових товарів і декілька для списаних. На склад списаних товарів йдуть несезонні речі, а також речі, які погано продаються.

Доцільним стає питання визначення раціонального розміщення регіональних центрів на території України. Для цього використано метод кластерний аналіз. За допомогою Google Maps було визначено широту і довготу місцезнаходження точок торгової мережі.

По результатам кластеризації і визначення евклідових відстаней отримано шість кластерів. Деякі об'єкти є типовими для свого кластера. Отримавши координати передбачуваного регіонального центру, відображено на карті (рисунок 1) отримані групи міст.

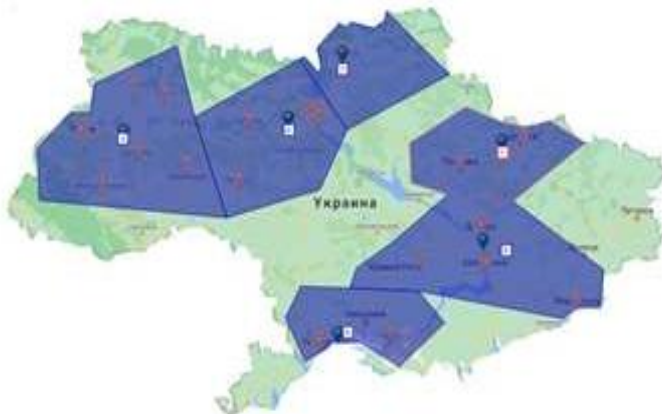


Рисунок 1 – Відображення груп міст на карті

Застосування даного методу дослідження дозволило виявити раціональні місця дислокації регіональних центрів для обслуговування роздрібною мережі. Розрахунок радіусу обслуговування клієнтури торгової точки для кожного кластера, що представляє собою максимальну відстань до певної торгової точки, яку долає покупець з метою здійснення покупки в даній торгівельній точці, дозволяє оцінити ефективність запропонованих рішень.

1. Аналіз ринку роздрібною торгівлі [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://docplayer.net/50360806-Analiz-rinku-rozdribnoyitorgivli.html>

2. Бухаров Д.С. Определение оптимального количества и расположения логистических центров: математическая модель и численный метод / Д.С. Бухаров. – Иркутск: Вестник ИрГТУ, 2012, №4. – С. 8-14.

3. Логистика в діяльності роздрібного торгового підприємства [Електронний ресурс] Режим доступу: http://4ua.co.ua/economy/tb2ac79b5c43a89521316c37_0.html

ПРОБЛЕМИ ДОСТАВКИ АТОМОБІЛІВ ІЗ США В УКРАЇНУ

Литвиненко К.А.

Науковий керівник – Любий Є.В., канд. тех. наук, доцент

(Харківський національний автомобільно-дорожній університет)

Доставка автомобілів із США в Україну наразі є досить актуальним питанням. З кожним роком попит на автомобілі саме з цієї країни зростає і все частіше з'являються на українських дорогах. Тому не звернути на це увагу неможливо.

На сьогодні існує два варіанти доставки автомобілів. Самостійна доставка та з допомогою фірм-посередників. Як при першому, так і