

3. При определении объемов закупки предприятия:

- был ли определен оптимальный объем закупок и степень соответствие методики расчета оптимального объема закупок специфики предприятия,
- учитывался ли при определении оптимального объема закупок фактор ценовых скидок на продукцию поставщиков, а так же возможности транспортировки данного объема продукции.

4. При поиске и выборе поставщиков:

- насколько полно был охвачен рынок поставщиков,
- какие методики использовались при выборе поставщика, насколько они эффективны,
- соответствие методики выбора поставщиков — стратегии продукта предприятия.

5. При заключении договоров:

- соответствие сроков поставки продукции поставщика плану производства продукции,
- соответствие условий поставки транспортному обеспечению предприятия,
- финансовые возможности предприятия предварительной оплаты продукции поставщиков.

6. При приемке продукции от поставщика:

- соответствие качества продукции требованиям договора,
- соответствие сроков поставки, времени указанному в договоре,
- правильность учета производственных запасов и их движение на складе,
- определение перерасхода запасов и выявление их причин остатков на складе предприятия.

7. При расчете с поставщиками:

- своевременность оплаты услуг поставщиков,
- соответствие формы оплаты условиям договора.

О. В. Черненко
НТУУ «КПІ»

СТАТИСТИЧНІ ПРОЦЕДУРИ В СТРУКТУРІ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Теоретики та практики маркетингових досліджень визнають виключну значущість коректного використання методів прикладної статистики для отримання об'єктивної та достовірної інфор-

мації. Це неможливо без систематизованого та комплексного використання статистичних процедур у ході послідовного проведення етапів маркетингового дослідження.

На етапі розробки концепції збору інформації необхідно формалізувати завдання дослідження. Тобто сформулювати перелік показників, які вивчаються, та визначити для кожного з них ступінь деталізації даних, яка необхідна, виходячи з завдань дослідження. Таким чином, для кожного з показників необхідно підібрати шкалу, за якою він має вимірюватися. Обираються методи подальшої обробки даних та формується наблизений план її здійснення.

При підготовці до збору даних найважливіше завдання, яке вирішуються за допомогою статистики, — це формування вибірки. Воно складається з вибору типу вибірки з обґрунтуванням її репрезентативності та планування визначення її об'єму. Статистичний аналіз даних, отриманих у ході апробації, дозволить зменшити кількість можливих помилок та підправити висунуті гіпотези.

Власне аналіз даних складається з первинної та поглибленої обробки даних. Первинну обробку ще називають описовим аналізом. На цьому етапі будують точкові оцінки параметрів, що вивчаються, проводять числовий та графічний аналіз одномірних законів розподілу показників. За цими оцінками формуються гіпотези, які мають бути перевірені у ході основного аналізу. Обираються методи основної статистичної обробки даних. Їх проведення здійснюється у відповідності до блок-схеми аналізу. Для рішення задач аналізу з використанням ПЕОМ постають задачі кодування даних, опису та обробки даних на мові програмного забезпечення, яке використовується, та управління обчислювальним процесом. Після проведення аналізу має бути зроблений висновок про достатність інформації, якщо вдалося вирішити усі завдання дослідження, або про необхідність збільшення об'єму вибірки взагалі чи по тих питаннях, які не були вирішені.

При формуванні висновків та рекомендацій спочатку готують формальний статистичний звіт про проведене дослідження, причому висновки формують в термінах оцінок параметрів, які вивчаються, чи у вигляді відповіді на питання про справедливість висунутих гіпотез і супроводжують кількісними оцінками ступеня їх достовірності.