

ФУНКЦИИ И ЗАДАЧИ СОВРЕМЕННОЙ ЗАКУПОЧНОЙ ЛОГИСТИКИ

Менеджмент в сфере закупочной логистики вносит значительный вклад в повышение материальной ценности продукции путем предоставления высококачественных материалов в нужное время в нужном месте в необходимые сроки. Закупочная деятельность обеспечивает высокий уровень снабжения и способствует стабилизации клиентурного рынка. Автором рассматривается необходимость комплексного подхода к совершенствованию процессов управления закупками на предприятии. Ставится задача разработки новаторских методов оптимизации закупочной деятельности в рамках цепи поставок.

Ключевые слова: закупки, методы закупок товаров, подходы к осуществлению закупок, централизованный и децентрализованный методы закупок, оптовые и розничные закупки, регулярные и нерегулярные закупки, управление закупками.

*S. V. Shchepina***FUNCTIONS AND TASKS OF MODERN PROCUREMENT LOGISTICS**

Management in the field of procurement makes a significant contribution to the increasing financial value of products by providing high quality materials at the right time in the right place at the right time. Procurement activities, ensuring high-quality supply and helps to stabilize clientelistic market. The author consider the need for an integrated approach to process improvement procurement management in the enterprise. The aim is to develop innovative methods of optimization of procurement activities within the supply chain.

Keywords: procurement, methods of procurement of goods, approaches to procurement, centralized and decentralized methods of purchasing, wholesale and retail purchases, regular and irregular procurements, procurement management.

В современной логистике понятие «закупочная логистика» определяется как логистическая подсистема регулирования потоков материалов и товаров в процессе снабжения организации необходимыми ресурсами. Можно определить закупочную логистику как управленческий процесс, регулирующий движение сырья, материалов, комплектующих изделий и запасных частей от процедуры закупок до склада предприятия.

Выполнение планов торговли и развития, маркетинга и сервисного обслуживания во многом зависит от того, насколько грамотно поставлено управление закупками. Кроме того это влияет, в конечном счете, и на рентабельность предприятия.

Главным в деятельности по организации и управлению закупками является достижение высокого качества обслуживания покупателя на всех стадиях продвижения товарной продукции. Главный принцип, отражающий степень эффек-

тивности работы по закупкам – это обеспечение бесперебойности поставки в необходимом количестве, в нужное время, достойного качества и по приемлемой цене.

В современной практической и экономической литературе сферу снабжения рассматривают по двум основным направлениям. Первый аспект – тактический или оперативный. Это направление рассматривает систему снабжения как рутинную ежедневную работу, связанную с закупками материальных средств с целью бесперебойного обеспечения процесса производства или торговли [2].

Стратегическую сторону вопроса снабжения связывают именно с функцией управления закупками. Это второй аспект снабженческой деятельности. Данный аспект подразумевает активный контакт всех подразделений предприятия, участвующих в процессе принятия решений по поводу купли-продажи. Стратегический аспект снабжения также распространяется и работу по оптимизации выбора поставщиков и контрагентов, а также работу по планированию снабжения.

Стандартная и полноценная схема обеспечения снабжения предприятия включает в себя комплекс мер по поставкам материальных ресурсов в необходимое время, в необходимом количестве и качестве и от надежного поставщика по нормальной цене. В выигрышном положении оказывается тот поставщик, который помимо стандартного набора работ, берет на себя обязательства по оказанию дополнительных услуг в сфере предпродажной подготовки и послепродажного обслуживания.

Основываясь на этом определении, можно обозначить основные благоприятные условия выбора поставщика:

1. Товаропоток ресурсов от поставщика до потребителя должен быть непрерывным и сопровождаться дополнительными услугами, обозначенными в договоре поставки. Кроме основных товаров и услуг, как правило, в договоре представлены пункты по предоставлению комплектующих изделий и запасных частей. В случае сбоя поставок и комплектующих может произойти остановка торгового процесса или процесса производства, если речь идет о промышленном предприятии, а значит к росту издержек, связанных с неспособностью удовлетворять требования клиентов в установленные сроки.

2. Каждое предприятие стремится свести расходы, связанные с хранением и управлением запасами к минимальному значению. Однако для обеспечения бесперебойного снабжения материальными ресурсами многие предприятия подстраховывают себя крупными запасами материалов на складах. Иногда стоимость запасов составляет около 30 % всех активов фирмы, поскольку большие запасы подразумевают значительные суммы на их содержание.

3. Рост издержек обращения в торговле и затрат в производстве еще обусловлен тем фактом, что материальные ресурсы должны отвечать высоким требованиям качества. А поддержка высокого качества продукции задача довольно затратная.

4. Залогом грамотного снабжения и закупочной логистики во многом зависит от качественной работы по поиску надежных поставщиков. Задача состоит не

только в поиске качественного поставщика, но в дальнейшей работе с ним, анализа его деятельности и успешного сотрудничества по совместной деятельности.

5. Важным фактором успешной закупочной логистики является приобретение у поставщиков достаточно широкого ассортимента продукции. Универсальность поставляемых ресурсов, которое выражается во взаимозаменяемости и взаимодополняемости, позволяет сократить издержки. Сокращение расходов связано с получением скидок на крупные партии поставок, а также с первоначальной низкой стоимостью поставляемого ресурса. Кроме того, поставки универсальных товаров сокращает расходы по эксплуатации оборудования и вызывает конкуренцию среди поставщиков.

6. Необходимо стараться соблюдать основной принцип поставок с грамотным сочетанием цены и качества. Надо стремиться к сокращению оборотных средств предприятия (именно они участвуют в содержании запасов) с сохранением должного уровня качественных характеристик поставляемых ресурсов и уровня сервиса.

7. С целью повышения уровня конкурентоспособности, необходимо постоянно проводить работу по внедрению в закупочную деятельность передовых технологий, электронных методов оформления закупок, изменения работы с дистрибьюторами, а также проводить работу по оптимизации товарных запасов и ресурсов.

8. Грамотная работа в области закупочной логистики – это не только результат хорошей работы снабженца. В процессе косвенно принимают участие практически все службы предприятия. В целях достижения высоких результатов деятельности снабженческой работы необходимо контактировать с другими отделами предприятия, гармонично сотрудничать с ними. В зависимости от профиля предприятия, это могут быть службы главного технолога, механика, конструктора. В торговой сфере – это менеджеры торговых залов, товароведы и торговые представители.

9. Затраты, связанные с закупочной логистикой могут быть достаточно высоки из-за высокого уровня административных расходов. Снижение данного вида расходов может быть достигнуто путем оптимизации взаимодействия службы снабжения и руководителей высшего и среднего звена. Грамотное сотрудничество этих сторон позволит подойти к расходам более рационально.

Необходимо знать основные факторы, которые могут повлиять на деятельность службы закупок в организационной структуре торговой компании [3]:

- структура и размер затрат накупаемые товары и материалы в расходах компании;
- концепция покупаемой продукции и требования, предъявляемые к ней;
- состояние конъюнктуры рынка продукции и услуг, которые покупаются предприятием в первую очередь;
- коммерческая и техническая компетенция закупщика, необходимая для выполнения основных торговых функций;
- задачи в области закупочной деятельности, способствующие достижению поставленных стратегических целей и решению тактических задач.

В рамках обеспечения высокой эффективности функционирования закупочной логистики торговой фирме целесообразно иметь информацию о том, какие именно товары необходимы для нормального функционирования фирмы. Основным вопросом, решаемый торговой организацией – это выбор достойного поставщика, который бы соответствовал всем необходимым критериям.

Для поиска потенциальных поставщиков можно использовать следующие методы: изучение торговых справочников; организация поиска информации с помощью сети Internet или запрос по телефону рекомендаций от других фирм; посещение ярмарок, выставок. При выборе источников информации необходимо, чтобы источники были независимыми, т.е. не заинтересованными в последствиях предоставленной информации. Согласно теории А. Кардозо, которая получила название «метода дифференциации поставщиков», закупщик может обращаться как к привычным, так и к новым поставщикам. Затем в процессе поиска поставщиков закупщик последовательно отказывается от некоторых из них в силу несоответствия поставляемого товара необходимым требованиям или низкой квалификации снабженческой работы [3]. В итоге, у менеджера по закупкам останется оптимальный список компетентных квалифицированных поставщиков.

Далее необходимо определить основные параметры эффективной закупочной логистики:

1. Составление и постоянный мониторинг электронной базы выбранных поставщиков. Разработка такой базы должна быть основана на анализе прошлых периодов и опираться на опыт и результаты снабженческой деятельности предприятия за последние 3–5 лет. Возможно применение такой процедуры как сертификация поставщиков на основе выгодных предложений по цене и качеству поставляемых ресурсов. При этом надо учитывать финансовое и маркетинговое состояние поставщика.

2. Оптимизация затрат по закупочной деятельности, которая основана на эффективных переговорах по ценам, условиях поставки и транспортировки, хранения, объемов поставок. Использование современных управленческих стратегий в области закупок.

3. Использование современных информационных систем и программного обеспечения в целях эффективного управления запасами. Сбор и обработка информации о поставщиках и условиях поставки с использованием современных средств связи и электронных носителей, использование электронного обмена данными).

4. Эффективное управление компанией с точки зрения снабженческо-сбытовой деятельности, применение критериев оценки эффективности закупочной деятельности.

5. Грамотное управление электронной базой поставщиков и других партнеров с точки зрения контроля результатов поставок.

6. Правильная оценка эффективности результатов деятельности компании по закупочной работе, установление ответственности конкретного лица, отвечающего за закупки товаров.

В результате кризисной ситуации и антироссийских экономических санкций в России и в регионе сформировалась значительная часть малоимущего населения с низким уровнем семейных доходов. Данная ситуация не могла не сказаться на уровне спроса, практически на все потребительские товары, объемы продаж снизились [1]. В данной ситуации возникла необходимость увеличить предложение товаров по низким и средним ценам. Этот факт необходимо учитывать при формировании товарного ассортимента.

Сущность категории «формирование товарного ассортимента» более применима в области розничной торговли и обозначает установление в определенном порядке конкретной номенклатуры товаров, образующих необходимую их совокупность. К факторам, влияющим на этот процесс, относятся: принципы формирования ассортимента, профиль торгового предприятия, потребительские комплексы, товарная классификация, стадия жизненного цикла товара, устойчивость товарного ассортимента [4].

Оценка предложений, поступивших к потенциальному потребителю, может вестись разными способами. Это может быть строго регламентированный процесс, как в случае конкурсных торгов, или более свободная процедура. Чаще всего основным критерием для отбора поставщика являются такие параметры, как: цена, качество предлагаемого продукта, сроки и ритмичность поставок, репутация поставщика на рынке данного продукта.

Расчет обеспеченности предприятия товарными ресурсами позволяет учесть реальные возможности предприятия по достижению требуемого объема деятельности в соответствии с наличием ресурсного потенциала предприятия. Коммерческая работа осуществляется на основе принятия управленческих решений. В условиях рыночной экономики информация об эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия может представлять интерес для различных категорий пользователей, наиболее важными из которых являются кредиторы, поставщики, покупатели. При этом каждая из этих категорий преследует свои цели и имеет свои критерии оценки эффективности коммерческой деятельности предприятия.

Современными учёными рассматриваются три глобальные системы формирования заказов в логистической цепи: сырьё – полуфабрикаты – конечная готовая продукция – склады – торговля – потребитель [6]:

- американская система (ресурсы – производство);
- европейская система (запасы);
- японская система (заказы).

В американской системе (ресурсы – производство) главное действующее лицо – производство. Преимущества американской системы заключаются в балансе спроса и предложения и регулировании рынком цены. Недостаток – прогноз производителя может не оправдаться. Причины: изменения спроса, действия конкурентов.

Европейская система основывается на запасах. Здесь предложение превышает спрос. Преимущества данной системы заключается в том, что потребитель всегда найдет необходимый товар [5].

Американская и европейская системы работают по системе MRP заказов, есть проблема запаса. Японская система работает по системе (Канбан). В американской системе мнение потребителя выясняет производитель, в европейской системе – торговец, в японской системе – никто не выясняет [5].

В японских системах преобладает подход минимизации размера партий и запасов. Японцы считают, что содержание запаса – это плохое использование материальных ресурсов. По их мнению, данные запасы используются для того, чтобы скрыть неэффективность производства и другие проблемы, которые, напротив, должны быть вскрыты и разрешены. Японские фирмы, в стремлении устранить ненужные запасы, снижают циклические запасы путем сокращения времени переналадки оборудования. Возникающие при этом дополнительные расходы, компенсируются сокращением объемов запаса, снижением отходов, гибкостью реакции на изменение спроса. В настоящее время японская концепция запасов с успехом пробивает себе дорогу и в США [5].

Преимущество японской системы заключается в том, что потребитель приобретает желаемый товар. Недостаток – большое время ожидания заказа, высокая стоимость заказа.

В результате анализа потенциальных поставщиков формируется перечень конкретных поставщиков, с которыми затем ведется работа по заключению договора поставки. Договор поставки – договор, по которому поставщик-продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность, обязуется передать в обусловленный срок или сроки, производимые или закупаемые им товары покупателю для использования в предпринимательской деятельности или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием.

Заключительным и наиболее важным этапом выбора поставщика является оценка поставщика. И так, цена не единственный и зачастую не главный фактор при выборе поставщика. Предприятие должно разработать конкретные требования к поставщикам, на основании которых можно проводить анализ и выбор наиболее подходящего партнера.

В логистике для оценки и выбора поставщиков используются балльный метод сравнений.

Отечественные предприятия при выборе поставщика в настоящее время в основном полагаются на собственную информацию. При этом на предприятии, имеющем много поставщиков, может быть сформирован список хорошо известных, заслуживающих доверия поставщиков. Утверждение договоров с этими поставщиками, разрешение предварительной оплаты намеченной к поставке продукции осуществляется по упрощенной схеме. Если же намечается заключение договора с поставщиком, отсутствующем в названном списке, то процедура утверждения и оплаты усложняется проведением необходимых мероприятий, обеспечивающих безопасность финансовых интересов предприятия.

Список использованной литературы

1. Григорьев М.Н. Логистика. Базовый курс: учебник / М.Н. Григорьев, С.А. Уваров. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 782 с.

2. Бузукова Е.А. Закупки и поставщики. Курс управления ассортиментом в рознице /Е.А. Бузукова/ Под ред. С.В. Сысоевой. – СПб.: Питер, 2015. – 416 с.

3. Линдерс М., Джонсон Ф., Флинн А., Фирон Г. Управление закупками и поставками, пер. с англ. / под ред. Ю.А. Щербанина. – 13-е изд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 723 с.

4. Логистический словарь [Электронный ресурс] // Логистика – научный информационный бизнес-портал. – М., 2013. – Режим доступа: <http://www.alogistika.ru/terms>.

5. Ольдерогге Н. Г. Закупочная логистика [Электронный ресурс]// Портал технологий корпоративного управления / iTeam.- М., 2014. – Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/logistics/section_89/article_3862.

6. Сергеев В.И. Логистика: информационные системы и технологии: учеб.-практ. пособие / В.И. Сергеев. – М.: Альфа-Пресс, 2013. – 607 с.

Информация об авторах

Щепина Светлана Владиславовна – старший преподаватель, кафедра торгового и таможенного дела, Байкальский государственный университет, 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: sepina@mail.ru.

Author

Schepina Svetlana Vladislavovna – senior lecturer, Chair of Trade and Customs, Baikal State University, 11 Lenin St., 664003, Irkutsk, Russian Federation, e-mail: sepina@mail.ru.