

## ОЦЕНКА ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

**В. С. Михальчик,**

студент факультета экономики и права

*Витебский филиал Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО», г. Витебск*

Научный руководитель:

**В. И. Иванов,**

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры логистики и менеджмента

*Витебский филиал Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО», г. Витебск*

Закупки – это функция, которая отвечает за приобретение всех материалов, необходимых организации.

Закупочная логистика – это процесс обеспечения предприятий материальными ресурсами, размещения ресурсов на складах предприятия, хранения и выпуска их в производство.

Общая цель закупочной логистики заключается в создании надежных поставок материалов для организации с максимально возможной экономической эффективностью.

Общая цель логистики закупок разделена на следующие частные цели:

- создание надежного и непрерывного материального потока в организацию;
- тесное взаимодействие с отделами с использованием этих материалов, развитие отношений и понимание их запросов;
- поиск подходящих поставщиков, тесное взаимодействие с ними и формирование выгодных отношений;
- закупка необходимых материалов и гарантия того, что они имеют приемлемое качество, доставлены вовремя и там, где это необходимо, а также удовлетворяют другим требованиям;
- обеспечение хорошей цены и сроков доставки;
- создание и поддержание обязательных резервов, проведение соответствующей складской политики;
- быстрое перемещение материалов по цепочке поставок, при необходимости переадресация поставок, постоянный мониторинг текущих условий, включая ожидаемое повышение цен, нехватку, разработку новых продуктов [2, с. 39].

Закупки можно сделать несколькими методами (табл. 1.1).

**Таблица 1.1 – Основные методы закупки, их преимущества и недостатки**

Метод закупки	Преимущества	Недостатки
Закупка товара одной партией (оптовые закупки)	Простота оформления документов, гарантии поставки всей партии, повышенные торговые скидки, небольшой документооборот	Большая потребность в запасах и складских помещениях, медленная оборачиваемость капитала, большие потери от порчи материала
Регулярная закупка мелкими партиями	Ускоряется оборачиваемость капитала, товары оплачиваются по мере поступления на склад, производится сокращение необходимых складских помещений, уменьшение арендной платы, небольшой документооборот, связанный с заказом товара	Вероятность заказа избыточного количества, необходимость оплаты всего оформленного заказа (по частям)

Регулярные закупки по котировочным ведомостям	Ускоренная оборачиваемость капитала, низкие затраты на складирование, низкие издержки от порчи товаров при хранении, отсутствие дополнительного обслуживающего персонала, своевременность поставок	Зависимость от поставщика, постоянный учет товаров – большие трудозатраты, большой документооборот на заказы
Закупка товара с немедленной сдачей	Заказ получается сразу и вывозится со складов поставщиков на склады заказчика	Увеличение издержек, связанных с оформлением документации для заказа, измельчение заказа, необходимость налаживания связей с поставщиками
Получение товаров по мере необходимости	Отсутствие жестких обязательств по покупке определенного количества товаров, возможность корректировки договора о заказе, ускоренный оборот капитала, минимальный документооборот, связанный с осуществлением связи с поставщиком, необходимость минимального количества складских помещений	При этом методе поставщик поставляет заказ мелкими партиями, при этом в заказе количество товара определяется не точно, а приблизительно

Примечание – Источник: [3, с. 137].

В сферу деятельности, связанной с закупками, входят все функции, которые необходимы для постоянного обслуживания предприятия на ежедневной и долгосрочной основе. Поэтому деятельность менеджера по закупкам включает в себя следующие задачи:

- определение потребности в материальных ресурсах;
- поиск потенциального поставщика;
- оценка возможности закупки в нескольких альтернативных источниках;
- выбор метода закупки;
- установление приемлемой цены и условий поставки;
- мониторинг товара до момента его доставки;
- оценка продукции поставщика и услуг [3, с. 137].

Если же функции закупки расширить, то к ним будут относиться и инвентарный контроль, транспортировка, приемка закупаемой продукции и контроль на всех этих этапах.

Общий алгоритм закупок включает следующие этапы:

- изучение рынка материальных ресурсов;
- анализ предложений поставщиков;
- выбор лучших поставщиков;
- переговоры и заключение договора на поставку;
- закупка материалов [4, с. 174].

Существуют такие способы совершенствования, как:

- анализ запросов и требований потребителей;
- определение оптимальной потребности в материалах (товарах);
- определение оптимального размера заказа на поставку товаров;
- выбор наиболее рационального поставщика товаров;
- оптимизация процедуры подачи заказа на поставку товаров;

- выбор оптимального метода закупки товаров;
- заключение наиболее экономичных договоров на поставку товаров;
- контроль над выполнением заказов и условий договоров поставщиками товаров.

Для повышения эффективности закупочной деятельности необходимо применение актуальных способов оценки поставщика.

В мировой практике используются следующие способы оценки поставщика:

- метод рейтинговых оценок;
- метод оценки затрат;
- метод доминирующих характеристик;
- метод категорий предпочтений [5, с. 119].

Самым распространенным методом выбора поставщика можно считать метод оценки. Выбираются основные критерии выбора поставщика, затем работники службы закупок или привлеченные эксперты на экспертной основе определяют их значение.

Значение рейтинга рассчитывается для каждого критерия путем определения удельного веса критерия по его экспертной оценке для этого поставщика. Далее суммируйте полученные значения рейтинга для всех критериев и получите окончательный рейтинг для конкретного поставщика. Сравнивая полученные значения рейтинга для разных поставщиков, определяем лучшего партнера. Если рейтинговая оценка дает одинаковые результаты для двух или более поставщиков по основным критериям, то процедура повторяется с использованием дополнительных критериев. Но необходимо учитывать, что при обращении к потенциальным поставщикам сложно, а иногда и невозможно получить объективные данные, необходимые для работы экспертов.

Из других методов выбора поставщиков можно отметить метод оценки затрат. Этот метод иногда называют методом соотношения затрат, или «методом миссии». Он заключается в том, что весь процесс снабжения делится на несколько возможных вариантов (миссий) и для каждого тщательно рассчитываются все затраты и доходы. В результате получены данные для сравнения и выбора решений (миссий). Для каждого поставщика рассчитываются все возможные затраты и доходы (с учетом логистических рисков). Затем из набора опций (миссий) выбирается наиболее прибыльный (согласно критерию общей прибыли). По сути, это своего рода метод ранжирования (критерии) по стоимости. Метод интересен с точки зрения оценки и позволяет определить «стоимость» выбора поставщика. Недостаток метода заключается в том, что он требует анализа большого количества информации о каждом поставщике.

Метод доминирующих характеристик. Метод заключается в сосредоточении на одном выбранном параметре (критерии). Этим параметром может быть наиболее низкая цена, наилучшее качество, график поставок, внушающий наибольшее доверие, и т. п. Преимущество этого метода в простоте, а недостаток – в игнорировании остальных факторов – критериев отбора.

Метод категорий предпочтения. В этом случае оценка поставщика, в том числе и выбор способа его оценки, зависит от информации, стекающей из многих подразделений фирмы. Инженерные службы дают свою оценку способности поставщика производить высокотехнологическую продукцию и могут компетентно судить о ее качестве. Диспетчерская докладывает о сроках доставки закупаемых материальных ресурсов. Производственные отделы – о простоте и удобстве пользования материальных ресурсов в производственном процессе. Такой метод подразумевает наличие обширной и разнообразной информации из множества источников, которая позволяет рассматривать каждый фактор наравне с остальными, в то время как для фирмы, возможно, какой-то фактор является ключевым, например простота использования продукции в производственном процессе [6, с. 120].

Таким образом, сущность управления закупками на предприятии выражается в системном подходе к процессу управления, предполагающем последовательные действия

менеджеров отдела (службы) снабжения, которые направлены на определение целей закупок, количества закупаемых ценностей, выбор поставщика, исходя из установленных критериев, и анализ эффективности и контроль за осуществлением процесса. Управление закупками на предприятии представляет собой сложный процесс, от которого зависит как оперативная и производственная деятельность предприятия, так и в конечном счете финансовые результаты работы предприятия. Поэтому важным является знание процесса закупки на предприятии, в том числе умение анализировать и выявлять резервы снижения логистических затрат, возникающих в процессе закупок сырья и материалов.

#### **Список использованных источников**

1. Горяев, Н. К. Основы логистики : учеб. пособие / Н. К. Горяев, О. Н. Ларин. – Челябинск : Издательский центр ЮУрГУ, 2014. – 178 с.
2. Вагнер, Ш. М. Управление поставщиками : учебник / Ш. М. Вагнер. – М. : КИА центр, 2014. – 128 с.
3. Канке, А. А. Логистика : учебник / А. А. Канке. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : ИД «ФОРУМ» : НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 384 с.
4. Курочкин, Д. В. Логистика: [транспортная, закупочная, производственная, распределительная, складирования, информационная] : курс лекций / Д. В. Курочкин. – Минск : ФУ «Аинформ», 2013. – 268 с.
5. Основы логистики : учебник / Л. Б. Миротин, А. К. Покровский, С. А. Ширяев [и др.]. – 3-е изд. – М. : Горячая линия – Телеком, 2013. – 386 с.
6. Секерин, В. Д. Логистика : учеб. пособие / В. Д. Секерин. – М. : КНОРУС, 2016. – 240 с.