

ЗАКУПОЧНЫЙ ПРОЦЕСС ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ: УЧАСТНИКИ, КРИТЕРИИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ, СТРАТЕГИЯ

В современных условиях подавляющее большинство коммерческих операций субъектов деятельности сопровождается контрактной системой. В большей степени это проявляется на уровне государственных закупок с организацией тендеров, а на уровне субъектов хозяйствования – путем формирования организационно-экономических связей с поставщиками ресурсов. Закупочный процесс базируется на определении оптимальных партий ресурсов в соответствии с потребностями операционной деятельности субъектов хозяйствования. Важное место в контрактной системе занимают торговые предприятия, деятельность которых направлена на удовлетворение потребностей покупателей и организации качественного торгового обслуживания. Учитывая вышесказанное, торговые предприятия принимают активное участие в товарном обеспечении процесса торговли, тем самым формируя закупочный процесс с поставщиками. Важность исследования проблемы организации закупочного процесса и контрактной системы торговых предприятий заключается в рассмотрении организационно-экономических и правовых аспектов, обусловленные выбором поставщиков товарных ресурсов, а также определение критериев обеспечения эффективности данного процесса и разработки стратегии формирования партнерских отношений с контрагентами на основе логистического подхода.

Закупочный процесс торгового предприятия мы подразумеваем как совокупность мер по формированию оптимального объема закупок, условий поставки, установлению организационно-экономических связей с поставщиками, планированию поставок товаров, направленных на реализацию программы развития партнерских отношений предприятия с поставщиками и достижения целей и задач закупочной деятельности. Основными задачами закупочного процесса торговых предприятий являются: обеспечение непрерывного, стабильного и ритмичного снабжения товарами, обеспечение объема и структуры закупок товаров относительно объема и структуре потребительского спроса, оптимизация логистических затрат, поддержка и повышение качества товаров, развитие партнерских отношений с поставщиками, обеспечение эффективности хозяйственных соглашений по закупке товаров, формирование конкурентных преимуществ торговых предприятий по ассортименту, качеству и ценовым предложением товаров.

При формировании товарных ресурсов коммерческая деятельность

торговых предприятий сводится к налаживанию эффективных организационно-экономических связей с поставщиками. Необходимо отметить, что поставщиками товаров в этом случае являются непосредственно товаропроизводители, оптовые предприятия, дистрибьюторы, импортеры, сельскохозяйственные предприятия и другие субъекты. Необходимым условием деятельности поставщиков является обеспечение бесперебойного снабжения, своевременной отгрузки, транспортировки и доставки товаров на предприятие.

Формирование организационно-экономических связей между поставщиками и торговыми предприятиями осуществляется через контрактную систему, которая сочетает хозяйственные договоры и административно-правовые нормы, отражающие контроль над соблюдением договорных обязательств, проверку качества товаров, установление оптимальных финансовых взаимоотношений и т.п.

Эффективность закупочного процесса торгового предприятия достигается за счет формирования конкурентных позиций на потребительском рынке за счет оптимизации логистических затрат и максимизации прибыли. Учитывая современное состояние торговых предприятий, уровень организационно-экономических связей с поставщиками товаров, по нашему мнению, критериями обеспечения эффективности закупочного процесса являются оптимизация расходов, качество товаров, надежность поставок, платежеспособность и ликвидность. Кроме этого, нами обоснована система показателей эффективности закупочного процесса торговых предприятий (рис. 1).

Важным аспектом при формировании организационно-экономических связей с поставщиками и осуществлении закупочного процесса торговыми предприятиями является удовлетворение потребностей всех участников. Так, хозяйственная деятельность поставщика должна быть направлена на обеспеченность торговым ассортиментом, исходя из потребностей предприятий; обеспечение гарантированного объема поставок товаров; соблюдение параметров качества; обоснование договорной цены, регулируемой потребителем рынком; осуществление взаиморасчетов на основании контрактной системы. Для торговых предприятий характерным является расширение товарного ассортимента и увеличение товарооборота; ориентирование на качество и конкурентоспособность товаров; удовлетворение потребностей потребителей; удержание существующих и привлечение новых потребителей; формирование оптимальной системы ценообразования; максимизация прибыли; обеспеченность и устойчивость финансирования.

С целью обеспечения эффективности закупочного процесса и развития организационно-экономических связей с поставщиками для торговых предприятий предлагается стратегия на основе логистического подхода к организации товарного обеспечения (рис. 2).



Рис. 1. Критерии обеспечения эффективности закупочного процесса торгового предприятия

В рамках предлагаемой стратегии логистический подход базируется на следующих составляющих закупочного процесса торгового предприятия: планирования текущих и долгосрочных потребностей в товарах соответствующей номенклатуры и ассортимента; формирования объемов поставок и сроков приобретения товаров; организация своевременной транспортировки и складирования товаров; формирования организационной структуры закупок товаров; мотивация работников службы организации закупочного процесса; организация контроля размеров поставок и сроков закупок товаров, транспортировки и складирования товаров и т.д. [5, с. 132].

В таблице 1 нами подается сравнительная характеристика традиционного подхода к организации закупочного процесса и логистического подхода с учетом специфики хозяйствования торговых предприятий. На наш взгляд, использование логистического подхода при формировании стратегии закупочного процесса позволит торговым предприятиям оптимизировать затраты, сформировать эффективный портфель поставок товаров в соответствии с потребностями потребителей, усовершенствовать ассортиментную, ценовую и сбытовую политику, а также обеспечить максимизацию прибыли.

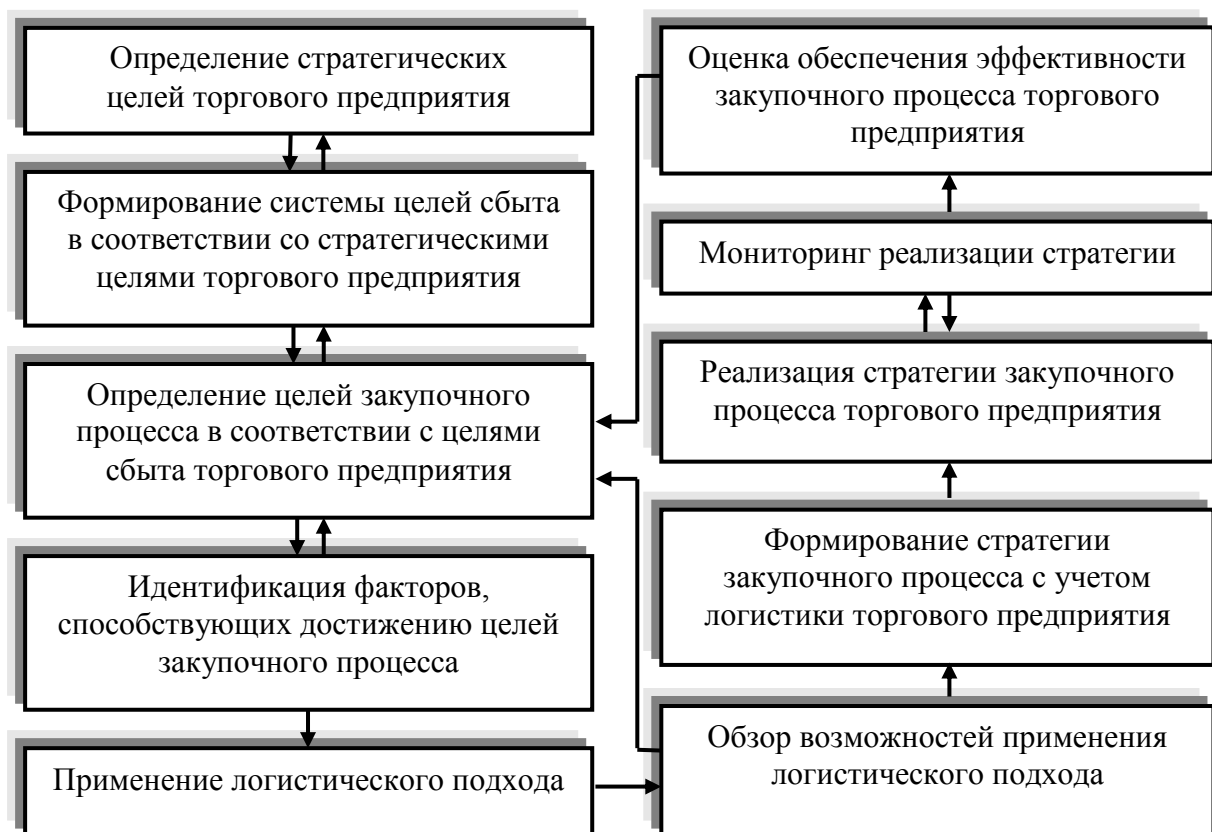


Рис. 2. Схема формирования стратегии закупочного процесса торгового предприятия на основе логистического подхода

Традиционный подход к организации закупочного процесса базируется на принципе хранения товарных запасов на предприятии [4, с. 107]. Однако, главным недостатком традиционного подхода к организации закупочного процесса является потребность в складских помещениях, предполагает также формирование соответствующих затрат. Однако, большинство торговых предприятий стремятся оптимизировать структуру пассивной части основных средств, в том числе и складские помещения для хранения товаров, а также снизить складские затраты, т.к. это отражается на отпускных ценах.

Логистический подход к организации закупочного процесса, в отличие от традиционного, практически исключает возможность возникновения дефицита необходимых для торговой деятельности товаров путем расчета оптимальных партий, установление точных сроков их поставки, формирование обоснованных запасов и т.п. [2, с. 85]. Использование логистического подхода при формировании стратегии закупочного процесса позволяет уменьшить количество складских помещений; применить систему JIT (just in time), которая предусматривает формирование оптимальной величины поставок и хранения запасов в торговых точках на соответствующих ярусах в торговом зале или отдельных небольших помещениях.

Таблица 1

Сравнительная характеристика традиционного и логистического подходов к организации закупочного процесса торгового предприятия

Признаки	Подход к организации закупочного процесса торгового предприятия:	
	традиционный	логистический
Цель организации закупочного процесса	Формирование объема поставок товаров и минимизация цены	Обоснование оптимальных партий поставок товаров и гибкость ценообразования в зависимости от объемов приобретения
Выполнения функций поиска, выбора поставщиков, поставки и хранения товаров	Возлагается преимущественно на отдел закупок	Предусматривает привлечение нескольких структурных подразделений предприятия с целью эффективного обеспечения реализации функций закупочного процесса
Размеры партий поставки	Закупка большими партиями с меньшей частотой поставки	Закупка оптимальными партиями с учетом потребностей и минимальных затрат
Объемы запасов	Максимальные	Отказ от чрезмерных объемов
Количество складских помещений для хранения запасов и их площадь	Помещения для хранения больших объемов запасов	Экономически обоснованные
Отношение к поставщикам и их количество	Рассматриваются как противоположная сторона, частая смена поставщиков, многие поставщики отдельных видов товаров с целью исключения срывов поставок	Рассматриваются как партнеры с общими интересами, предусматривают долговременные организационно-экономические связи с небольшим количеством поставщиков
Критерии выбора поставщика	Качество, цена, условия поставки	Максимально высокое качество, надежность поставок
Критерии организации транспортировки	Обеспечение низкой цены на транспорт и надежность поставок	Частота, объемы и графики поставок экономически обоснованные, исходя из обеспечения оптимальных логистических затрат
Контроль поставки	Выполняется торговым предприятием	Сведен к минимуму за счет эффективного управления цепочкой поставок
Контрактная система	Предусматривает формирование хозяйственных договоров с традиционными условиями	Договора на паритетных началах с целью оптимизации коммерческих рисков

Таким образом, проведенное исследование закупочного процесса торговых предприятий позволяет констатировать, что данное направление хозяйствования влияет на изменение объемов товарооборота, структуру товарного ассортимента, уровень расходов, финансовое состояние и конкурентоспособность. Формирование и реализация стратегии закупочного процесса способствует обеспечению эффективности приобретения оптимальных партий товаров в соответствии с

потребительским спросом, налаживанию устойчивых организационно-экономических связей с поставщиками, позволяет оптимизировать структуру пассивной части основных средств и уменьшить логистические затраты.

Список используемой литературы:

1. Бондаренко О. Управление рисками в логистике закупочной деятельности / О. Бондаренко // Потребительская кооперация. – 2010. – № 2. – С. 7-12.

2. Гриньова В.М. Механізми стратегічного управління підприємством на засадах логістики: монографія / В.М. Гриньова, К.М. Таньков, С.О. Огієнко. – Харків: ХНЕУ, 2011. – 232 с.

3. Коноваленко М.В. Методичні підходи до оцінки закупівельної діяльності торговельного підприємства / М.В. Коноваленко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2009. – № 3 (94). – С. 99-105.

4. Коптелов А. Анализ закупок на основе процессного подхода / А. Коптелов // Проблемы теории и практики управления. – 2011. – № 1. – С. 105-111.

5. Оспищев В.И. Анализ эффективности логистических систем: монография / В.И. Оспищев. – Харьков: Издательство «Форт», 2009. – 288 с.