

ФОРУМ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ



ВЫПУСК 12(16)

ISSN 2500-4050

МЕЖДУНАРОДНОЕ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЕ
ПЕРИОДИЧЕСКОЕ СЕТЕВОЕ ИЗДАНИЕ
«Форум молодых ученых»
<http://forum-nauka.ru>

УДК 004.02:004.5:004.9

ББК 73+65.9+60.5

ISSN 2500-4050

Свидетельство о регистрации
средства массовой коммуникации
[ЭЛ № ФС 77 - 66302](#)
от 01.07.2016г.

Редакционный совет:

*Зарайский А.А., доктор филологических наук, профессор,
Смирнова Т.В., доктор социологических наук, профессор,
Федорова Ю.В., доктор экономических наук, профессор,
Плотников А.Н., доктор экономических наук, профессор,
Постюшков А.В., доктор экономических наук, профессор,
Тягунова Л.А., кандидат философских наук, доцент*

Отв. ред. А.А. Зарайский

Выпуск № 12(16) (декабрь, 2017). Сайт: <http://forum-nauka.ru>

Журнал включен в систему Российского индекс цитирования (РИНЦ)
электронной библиотеки на основании приложения к договору №1 к договору
№ 594-09/2013 от 26.09.2013

© Институт управления и социально-экономического развития, 2017

Зинова Ю.А.
студент
институт экономики и менеджмента
Черникова О.П., к.э.н.
доцент
кафедра экономики, учета и финансовых рынков
Сибирский государственный индустриальный университет
Россия, г. Новокузнецк

УПРАВЛЕНИЕ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ

В современном мире на рынке важным элементом организации бизнеса является система организации коммерческой деятельности, т.е. комплекса коммерческих процессов, которые направлены на эффективную покупку и продажу товаров и доведение до потребительского рынка с целью получения прибыли. В статье разработаны рекомендации по управлению закупочной деятельностью организации.

Ключевые слова: закупки, управление закупочной деятельностью

Zinova Yu.A.
student
Institute of Economics and Management
Siberian State Industrial University
Russia, Novokuznetsk
Chernikova O.P.
candidate of economic sciences, associate professor
associate professor of the department of economics
accounting and financial markets
Siberian State Industrial University
Russia, Novokuznetsk

MANAGING PROCUREMENT ACTIVITY OF THE ORGANIZATION

In the modern world in the market an important element of business organization is the system of organizing commercial activities, i.e. complex of commercial processes that are aimed at the effective purchase and sale of goods and bringing them to the consumer market in order to make a profit. The article has developed recommendations on the management of the purchasing activity of the organization.

Keywords: procurement, procurement management

Коммерческая организация на потребительском рынке не может реализовывать свою деятельность без осуществления закупок, которые направлены на перепродажу всех приобретенных товаров. Чтобы получить максимальную прибыль, предпринимателю стоит удовлетворить потребности

потребителя. Чтобы это сделать, необходимо закупить все виды требуемого товара в нужном количестве и качестве, и сделать это с наименьшими затратами. Таким образом, главная задача предпринимателя – это выгодное приобретение товара, направленное на удовлетворение потребительского спроса [1].

В закупочной деятельности можно выделить два аспекта: управление поставщиками и организация закупок. Следствием этого являются проблемы, порождаемые дублированием функций, избыточными согласованиями, размытием зон ответственности подразделений предприятия. Все это допускает возможность произвольной интерпретации персоналом реальных ситуаций, возникающих в закупочной деятельности, и злоупотреблений.

Как показывает опыт, возможными проблемами закупочной логистики в организациях являются следующие [2]: непрозрачные процедуры выбора поставщика и, как следствие, высокие закупочные цены и низкое качество закупаемых товаров; субъективность принятия решения из-за влияния человеческого фактора на выбор поставщиков; отсутствие конкурентной среды из-за неменяющегося состава поставщиков, несмотря на появление новых перспективных компаний. При этом значительную часть поставщиков могут составлять небольшие фирмы-посредники. Использование непрозрачных процедур выбора поставщика приводит не только к завышению закупочных цен, но и к снижению качества и надежности работы всей цепи поставок.

Для преодоления указанных проблем в закупочной логистике торговым компаниям рекомендуется разрабатывать Положение о закупках товаров. Разработка и внедрение Положения позволит устранить субъективность выбора поставщиков, обеспечить механизм контроля процесса закупки, персонализировать и четко определить границы ответственности закупщиков, облегчить контроль закупочной деятельности. Положение устанавливает регламент выполнения бизнес-процесса "Закупка". Регламентация закупок применяется в целях обеспечения эффективного расходования денежных средств организации, а также получения экономически обоснованных рыночных цен на продукцию и предотвращения возможных злоупотреблений со стороны менеджеров по закупкам.

Регламентация закупочной деятельности осуществляется путем применения обязательных процедур, которые должны выполняться менеджерами. Данные процедуры включают: планирование потребности в товарах; проведение анализа рынка; обеспечение разумного уровня конкуренции среди потенциальных поставщиков там, где это возможно, а где невозможно - повышенный внутренний контроль; честный и разумный выбор предпочтительных поставщиков при комплексном анализе выгод и издержек (прежде всего соотношения цены и качества продукции); контроль исполнения поставщиками договоров на поставку товаров [3].

Положение должно основываться на системном подходе к закупочной логистике, который предусматривает: организацию структуры управления

закупками и их контроль; привлечение подготовленных кадров для проведения закупок; создание инфраструктуры закупок (информационное обеспечение, средства электронной коммерции, сертификация и пр.); четкое описание полномочий и ответственности сотрудников, участвующих в проведении процедур закупок.

В Положении отражаются основные составляющие политики организации в области закупочной логистики: приоритеты компании в выборе поставщиков и продукции (например, надежность поставщика, бесперебойность поставок, качество, цена продукции и т. п.); требования по обеспечению необходимого уровня конкуренции при проведении закупок; особенности проведения закупочных процедур в отношении отдельных видов закупаемой продукции; рекомендации по распределению полномочий в области закупок; требования к опыту работы, профессиональным знаниям и навыкам менеджеров по закупкам; ключевые показатели эффективности работы руководителей, ответственных за организацию и проведение закупок, и менеджеров по закупкам.

В целях обеспечения прозрачности закупочной деятельности в Положении целесообразно осветить вопросы создания раздела "Закупки" на интернет-сайте компании. В разделе должны быть отражены: новости системы закупок предприятия; единый классификатор закупаемой продукции (если он используется); информация о текущих (за исключением конфиденциальных) закупках; внутренние нормативные акты компании по закупкам.

Одной из проблем процесса выбора поставщика является отсутствие конкурентной среды, что влечет за собой снижение качества поставляемых товаров и увеличение закупочных цен. Как показывает практика, обычно менеджеры по закупкам работают с узким кругом поставщиков. Решить данную проблему можно за счет разработки единой информационной Базы данных потенциальных поставщиков (БД). БД должна содержать информацию о поставщиках, с которыми у предприятия уже когда-либо были заключены договоры, а также информацию о потенциальных контрагентах. Данные о поставщике, как минимум, должны включать: наименование, контактные и регистрационные данные, тип поставщика (производитель, дилер, дистрибутор и т. п.), перечень групп товаров, на которых специализируется поставщик.

Функция добавления новых поставщиков в БД должна осуществляться через единую точку ввода (одним работником либо только отделом закупок). При добавлении новых поставщиков в БД должен проводиться их анализ. Рекомендуются использовать классификацию поставщиков (партнер, одобренный поставщик, сотрудничество на определенных условиях, отклонен и т. п.).

Ведение БД поставщиков и их классификация позволяют: расширить конкурентную среду по закупке товаров за счет увеличения перечня потенциальных поставщиков; создать базу для анализа конкурентной среды

на продукцию, закупаемую предприятием; сократить время на поиск новых поставщиков и устранить субъективность составления перечня поставщиков; отсеять при выборе поставщика неблагонадежных контрагентов.

Выбор поставщика происходит с применением следующих методов: закупки через проведение конкурса; закупки на электронной торговой площадке; запрос предложений и цен (котировок); конкурентные переговоры; закупки из единственного источника; закупки путем участия в процедурах, организованных потенциальными поставщиками.

Как показывает практика, основная часть товаров закупается через непрозрачные процедуры: запросы предложений и цен или закупки у единственного поставщика. Это происходит из-за того, что конкретную процедуру закупки обычно выбирают менеджеры отдела закупок.

Данная проблема решается внедрением в практику работы отдела закупок Положения о поставщиках, включающего классификацию закупаемых товаров, распределение товарных групп по процедурам выбора поставщика; установление процедур выбора поставщика.

Классификацию товаров для закупок целесообразно осуществлять по трем критериям: стоимость, характеристика рынка и характер спроса.

По критерию "стоимость" товары делятся на основе ABC-анализа на три группы. К группе А относятся товары, составляющие до 70% стоимости в общем объеме годовой закупки, к группе В - товары, составляющие до 20% стоимости, а в группу С попадают товары, составляющие до 10% стоимости.

По критерию "характеристика рынка" товары делятся на две группы - "рынок поставщика" и "рынок потребителя". "Рынок поставщика" соответствует ситуации, когда количество покупателей превышает количество поставщиков, а "рынок потребителя" характеризует обратную ситуацию, когда количество поставщиков превышает количество покупателей.

По критерию "характер спроса" товары делятся также на две группы - "регулярный спрос" и "нерегулярный спрос". В группу "регулярный спрос" попадают товары, регулярно требующиеся предприятию; в группу "нерегулярный спрос" - товары, приобретение которых осуществляется на разовой основе.

Распределение групп по процедурам выбора поставщика осуществляется следующим способом.

Товары, попавшие в группу "рынок поставщика", приобретаются по процедуре "закупка у единственного поставщика". Товары, попавшие в группу "рынок потребителя", закупаются через конкурентные процедуры выбора поставщика (конкурсы, запросы цен и предложений, на электронных торговых площадках).

Закупки у единственного поставщика могут осуществляться в любом из следующих случаев: имеется срочная потребность в продукции, в связи с чем проведение иных процедур нецелесообразно; продукция может быть получена только от одного поставщика и отсутствует ее равноценная замена;

замена поставщика повлечет значительные проблемы, так как он обладает специфическим опытом и технологиями для успешной поставки требуемых ресурсов.

Закупки также могут производиться путем участия в аукционах, конкурсах или иных процедурах, организуемых продавцами продукции (в том числе на виртуальных электронных торговых площадках в сети интернет). Положительное решение об участии в таких процедурах принимается, если они обеспечивают честную и справедливую конкуренцию участников [3].

В заключении можно сказать, что в целях повышения эффективности закупочной деятельности необходимо рассматривать итоги закупочной деятельности и оценивать их влияние на систему показателей деятельности организации. Особое внимание обращать на такие тонкости как: выполнение договорных условий поставщиками (количество, качество, график поставок); качество, как закупленной продукции, так и работы поставщиков с целью учета этих оценок при планировании закупок на следующий год и возможной смены приоритетов в отношении требований к продукции (поставщикам) при проведении новых закупок; превышение в процессе исполнения договора цены и мотивация подобных решений; обоснованность и мотивация закупок у единственного поставщика; структура закупок по способам их осуществления и категориям поставщиков.

Использованные источники:

1. Лепетуха В.М. Методы и формы организации закупочной деятельности на предприятии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.iupr.ru/domains_data/files/zurnal_20/LEPETUHA%20V.M.%20\(Sovremennye%20tehnologii%20upravleniya%20organizaciyay\).pdf](http://www.iupr.ru/domains_data/files/zurnal_20/LEPETUHA%20V.M.%20(Sovremennye%20tehnologii%20upravleniya%20organizaciyay).pdf)
2. Нифонтов А.И., Черникова О.П. Управление логистическими издержками угледобывающих предприятий // Научные технологии разработки и использования минеральных ресурсов. 2016. № 3. С. 224-227.
3. Нифонтов А.И., Кушнеров Ю.П., Черникова О.П. Оптимизация закупочной деятельности угледобывающих предприятий // Организатор производства. 2015. №4 (67).С.35-43.

<i>Земченкова В.В.</i> , ОСОБЕННОСТИ ВНЕШНЕЙ МОТИВАЦИИ НАУЧНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ КАДРОВ РОССИЙСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО СОЦИАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА .	728
<i>Зинова Ю.А., Черникова О.П.</i> , УПРАВЛЕНИЕ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ.	733
<i>Зитляужев Б.А.</i> , ОСОБЕННОСТИ РАССМОТРЕНИЯ СПОРОВ ПО ВОПРОСАМ ПЕРЕВОЗКИ ГРУЗОВ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫМ ТРАНСПОРТОМ	738
<i>Зитляужев Б.А.</i> , ОСОБЕННОСТИ РАССМОТРЕНИЯ СПОРОВ ПО ВОПРОСАМ ПЕРЕВОЗКИ ПАССАЖИРОВ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫМ ТРАНСПОРТОМ	744
<i>Золотухина Н.А., Череп Е. А.</i> , ЭКСПОЗИЦИЯ КАК СРЕДСТВО КОММУНИКАЦИИ В КУЛЬТУРНОЙ ЖИЗНИ КРЫМСКОГО РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ Г. СИМФЕРОПОЛЯ).	749
<i>Зотина И.И.</i> , ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ВЫГОРАНИЕ ПЕДАГОГОВ ГОРОДСКИХ И СЕЛЬСКИХ ДОШКОЛЬНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ.	753
<i>Зотина И.И.</i> , ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ ВЫГОРАНИЕ ПЕДАГОГОВ ГОРОДСКИХ И СЕЛЬСКИХ ДОШКОЛЬНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ.	757
<i>Зотова Н.Г.</i> , АКТУАЛЬНОСТЬ ВЫДЕЛЕНИЯ КАТЕГОРИИ МОЛОДЫХ ИНВАЛИДОВ НА ЗАКОНОДАТЕЛЬНОМ УРОВНЕ	761
<i>Зямбахтина М.А., Пантелеева Е.К.</i> , ОСТРЫЙ ПАНКРЕАТИТ (КЛИНИЧЕСКИЙ СЛУЧАЙ)	765
<i>Иваненко С.А.</i> , ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК	768
<i>Иванова А.В.</i> , СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ.	778
<i>Иванова Е.А., Юдицкая О.Д., Стяжкина С.Н.</i> , ВТОРИЧНЫЙ ГИПЕРПАРАТИРЕОЗ У ПАЦИЕНТОВ С ХРОНИЧЕСКОЙ ПОЧЕЧНОЙ НЕДОСТАТОЧНОСТЬЮ	783
<i>Иванова П.В.</i> , ОЦЕНКА КЛЮЧЕВЫХ ФАКТОРОВ ФОРМИРОВАНИЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА	787
<i>Иванюшкина Р.И.</i> , ВЫБОР АНТИБАКТЕРИАЛЬНЫХ ПРЕПАРАТОВ В БОРЬБЕ С ИНФЕКЦИЕЙ ПРИ ОЖОГОВОМ СЕПСИСЕ.	794
<i>Иванюшкина Р.И.</i> , ИЗМЕНИТЕ МИКРОФЛОРЫ В ПОСЕВАХ ИЗ РАН В ОЖОГОВОМ ОТДЕЛЕНИИ «БУЗ УР ПЕРВАЯ РЕСПУБЛИКАНСКАЯ КЛИНИЧЕСКАЯ БОЛЬНИЦА МЗ УР.	798