

## СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЗАКУПОЧНОЙ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ

В данной статье рассматриваются современные логистические особенности этапов и методов планирования и организации закупок товаров.

This article discusses the modern logistical features of the stages and methods of planning and organizing the procurement of goods.

*Ключевые слова:* производственные и торговые организации; поставщики товаров; закупочная логистика; этапы закупок; планирование закупок; критерии выбора поставщиков; эффективность закупок.

*Key words:* manufacturing and trade organizations; suppliers of goods; procurement logistics; procurement stages; procurement planning; supplier selection criteria; procurement efficiency.

Следует учитывать, что понятие «логистическая деятельность» очень часто используется как синоним слова «логистика». Некоторые авторы при этом данное понятие сопоставляют с такими понятиями как «логистическая функция», «логистическая система», «логистическая операция».

Под логистической деятельностью авторы понимают совокупность следующих видов деятельности:

- обслуживание потребителей;
- прогнозирование спроса;
- управление запасами незавершенного производства; логистические коммуникации;
- загрузка-выгрузка и документационное сопровождение грузов;
- обработка заказов;
- упаковка;
- поставка запасных частей и оказание помощи потребителям при обслуживании;
- выбор мест размещения производственных и складских помещений;
- поставки;
- логистика взаимодействия потоков;
- управление перевозками и транспортировкой грузов;
- складирование и хранение [1, с. 123].

При выделении всех этих видов логистической деятельности отмечается необходимость рассматривать логистическую деятельность как некую интегральную функцию «...сеть взаимосвязанных видов деятельности, в основном предназначенных для управления потоком материалов и персоналом как внутри самой компании, так и в цепях поставок» [1, с. 125].

Под логистической операцией зачастую понимают любое действие (это может быть совокупность действий), взаимосвязанное с появлением или модификацией основных потоков, которые сопутствуют данной операции и не подлежат дальнейшему разделению в пределах вопросов управления и необходимого контроля логистической системы в целом. Получившаяся совокупность логистических операций образует непосредственно логистические функции, которые, в свою очередь, определяют виды операционной логистической деятельности.

Учитывая, что целью логистической деятельности является удовлетворение интересов всех участников логистического процесса: производителей, поставщиков и конечного потребителя, то к ее основным направлениям можно отнести модернизацию параметров входящих потоков товаров и ресурсов на основе развития связей с поставщиками; улучшение параметров внутренних потоков, т. е. результатов деятельности и согласованности действий подразделений

данной организации; развитие связей с потребителями; гарантию точного соответствия выходных потоков товаров и услуг с их требованиями.

Рассматривая логистическую деятельность торговых организаций, следует отметить, что в зарубежной практике особое внимание в этой деятельности уделено планированию закупок товаров. При этом при планировании закупок прежде всего необходимо определить, какие товары и какое их количество необходимо для торговой деятельности организации; период и дату, когда они понадобятся; оценку возможности поставщиков; определение необходимой площади складов; расходы на приобретение товаров и материалов.

Существуют различные методы закупок, которые применяются в разных странах в зависимости от характеристики закупаемых материальных ресурсов, но чаще всего на зарубежном рынке применяются такие методы как «точно в срок» и закупки согласно запросам покупателей. Использование метода «точно в срок» (Just-in-time) значительно уменьшает величину запасов, а само сокращение запасов происходит вследствие частых («раздробленных») поставок. Этот метод часто используется как в российских компаниях, так и в зарубежных (при этом идея данного метода появилась в Японии еще в конце 1950-х гг. и была разработана компанией «Тойота»). Общее направление, которое предусматривает использование данного метода, – это возможность сведения к минимуму запасов по различным видам ресурсов, товаров, материалов и т. д., повышение эффективности деятельности организации в целом [2, с. 54].

Как показывает опыт разных стран, типовые контракты при закупке товаров в большинстве случаев заключаются на длительный срок согласно существующей потребности запросов покупателей. Важное место отведено управлению закупками, так как оно непосредственно влияет на конкурентоспособность организации и должно вносить существенный вклад в достижение общих целей фирмы и в выполнение логистических функций в стратегическом плане. На практике возникают моменты, когда компании не придают значения управлению закупками и уделяют им мало внимания. Данная ситуация приводит к тому, что фирма не получает сырья или готовой продукции в нужный срок и необходимого качества, а цена реализации готовой продукции и товаров не является конкурентоспособной [3, с. 252].

Важно более подробно рассмотреть саму систему организации закупочной деятельности в субъекте хозяйствования, которая предполагает увеличение наименований товаров, уменьшение издержек и отсутствие убытков.

Подразделения организаций, занимающиеся снабжением и закупкой, часто являются службами логистики. На данный момент интенсивное развитие логистики во многих отечественных торговых и других организациях привело к тому, что данная тенденция стала соответствовать развитию организационных структур управления бизнесом передовых фирм, в которых функционал закупочной деятельности, как правило, входит в полномочия служб логистики. Как считают многие авторы, попытки разделить снабжение как деятельность, например, на логистический и маркетинговый компоненты, распределив обязанности по их выполнению между различными подразделениями организации, часто сопряжены со значительными трудностями, так как многие задачи логистики закупок требуют координации между функциями их выполнения [3, с. 253].

В качестве примера можно привести следующее. Определение базиса поставки для предметов снабжения по импорту требует согласованного решения во всех трех аспектах: ценовом (отнесение транспортных, таможенных и страховых затрат на покупателя, продавца или посредника), маркетинговом (выбор поставщика, отвечающего критерию соотношений «цена (качество) продукции», «цена (надежность) доставки»), логистическом (выбор логистических посредников – экспедиторов (перевозчиков), таможенных брокеров, распределение логистических рисков, оптимизация расходов на доставку и т. д.).

В последнее время зарубежный опыт отношений покупателей с поставщиками строится обычно на долгосрочной основе. При этом обмен информацией ускоряется, имеет место сертификация поставщиков. Также претерпевает изменения область поставок: сводится к минимуму сама база поставщиков, применяется общий подход к источникам поставок, повышается доля закупочных процедур по системе тендеров или на электронных площадках с использованием современных информационных технологий.

Современные тенденции осуществления закупок (улучшение качества товаров, снижение уровня запасов, объединение систем поставщиков и покупателей в единую логистическую систему) обусловили потребность в повышении эффективности всей работы с поставщиками. В настоящее время наблюдается переориентация многих зарубежных и отечественных организаций на тщательный выбор поставщиков и предъявление более высоких требований к ним.

Следует учитывать и тот факт, что во многих зарубежных странах главными источниками информации по поставщикам сейчас служат общедоступные и информативные справочники: каталоги, торговые журналы, прайс-листы и т. п. [3, с. 263].

В мире уже большое количество организаций осознает потенциальные выгоды от формирования четкой стратегии закупок. Например, такие транснациональные компании, как DaimlerChrysler, IBM, Shell, Unilever и др. объявили о крупнобюджетных программах, ориентированных на снижение издержек за счет использования стратегии направленного снабжения. Увеличивающееся число фирм в этих процессах приводит к разделению информации по закупкам и внедрению «лучшей практики в снабжении» (корпоративной базы знаний) внутри базовых единиц каждой организации. В рамках этого процесса некоторые фирмы назначают ведущих руководителей для межфункциональной логистической координации операций снабжения среди своих бизнес-единиц и выбора главных поставщиков или контрагентов для более эффективного управления всем процессом снабжения [3, с. 262].

Поскольку в самих цепях поставок одни фирмы являются поставщиками для других, то сфокусированность на общих затратах становится одним из главных направлений, а динамические сделки позволяют управлять рыночными факторами, так как по каждой основной группе закупаемых товаров в отделе снабжения разрабатываются свои стратегии закупок, благодаря которым данная организация имеет конкурентные преимущества, у нее есть возможность извлечь наибольшую выгоду при осуществлении такой стратегии.

Кроме основных методов, рассмотренных выше, на практике применяют и различные специализированные методы снабжения.

Рассматривая весь прошлый многолетний опыт различных хозяйственных субъектов, важно отметить, что раньше доминировали стратегии ценовой и качественной конкуренции, и только в 1980-х гг. прошлого века начали появляться и реализовываться логистические идеи, основу которых составляло тесное сотрудничество между разными контрагентами, а также стратегическое партнерство. При этом получили распространение маркетинговые стратегии, использующие соответствующие инструменты маркетинга в области закупок, начиная от поиска товаров и с переходом на выбранные каналы поставок, а также работа по созданию необходимой базы контактов с поставщиками, анализ цен, закупочные процедуры с использованием сети «Интернет», применение новых моделей бизнеса для выполнения конкретных функций предприятия [3, с. 128].

В целом, в развитых странах существует отработанный стандартный механизм материально-технического обеспечения. Как показывает практика, в условиях развитого рынка наибольшую проблему в логистическом звене снабжения составляют сами потребности в товарах и услугах, которые претерпевают постоянные изменения в периоде между началом поставок и использования различных компонентов в процессе производства (деталей, комплектующих, готовой продукции и т. д.). Это же касается и изменения спроса на потребительские товары.

Потребность в материалах и товарах можно рассчитать, анализируя определенную программу производства конечного товара. В этом случае речь идет о зависимом спросе, который в зарубежных странах принято рассчитывать с использованием методики МКР-1 (планирование потребности в материалах).

Принцип данной методики следующий. Отправная точка (элемент) – это прогнозируемый спрос на конечную продукцию. Процесс изготовления конечной продукции из закупленных либо произведенных самой организацией материалов закрепляется в реестрах (списках). Время поставок материалов и их производства фиксируется на самом предприятии. Далее, исходя из времени поставок конечного продукта потребителю, определяют брутто-потребность в поставляемых и производимых самостоятельно материалах. Брутто-потребность переводится затем в нетто-потребность [2, с. 55].

На основании результатов расчетов определяют время выполнения заказа. Это время с момента подачи заказа до момента поставки товара. Преимущество применения этой методики планирования потребности в материалах и товарах заключается в том, что закупки и производство планируются исходя из потребностей в конечном продукте. Если спрос потребителей колеблется, то следует пользоваться методом сглаживания таких колебаний. Применение этого метода целесообразно в случаях регулярно повторяющихся (например, сезонных) колебаний спроса на конечный продукт или товар.

При этом выбор поставщика в традиционной системе закупок предполагает наличие множества источников, хотя в оперативной практике чаще всего имеется единственный подхо-

дящий источник поставки данного товара или детали по долгосрочному контракту. Приемку товара и ответственность за нее несет сам покупатель [2, с. 54].

Анализ практики показывает, что наиболее перспективным и характерным способом оперативного снабжения фирм является метод «точно в срок». Метод возник в середине 1950-х гг. прошлого века в Японии и получил широкое распространение в Европе и Соединенных Штатах Америки. Многие американские компании модифицировали идею снабжения «точно в срок» и внедрили собственные ее разновидности под различными названиями: «система производства с нулевыми запасами», «материалы по потребности» и т. д.

Таким образом, эффективное логистическое управление товарно-материальными запасами позволяет уменьшить различные экономические потери; ускорить оборачиваемость соответствующей категории оборотных средств; свести к минимуму излишки товарно-материальных запасов (которые увеличивают стоимость данных операций и «замораживают» денежные средства); снизить затраты на хранение этих запасов и т. д.

#### **Список использованной литературы**

1. **Сергеев, В. И.** Логистика: информационные системы и технологии : учеб.-практ. пособие / В. И. Сергеев, М. Н. Григорьев, С. А. Уваров. – М. : Альфа-Пресс, 2020. – 608 с.
2. **Марусева, И. В.** Логистика: краткий курс / И. В. Марусева, В. В. Котов, И. Я. Савченко ; под ред. И. В. Марусева. – СПб. : Питер, 2019. – 192 с.
3. **Григорьев, М. Н.** Управление запасами в логистике: методы, модели, информационные технологии / М. Н. Григорьев / под общ. ред. М. Н. Григорьева. – СПб. : Бизнес-пресса, 2018. – 368 с.