

УДК 658.7

Особливості закупівельної діяльності в мікрологістичних системах

Мельникова Катерина Валеріївна,

кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту,
логістики та інновацій, ХНЕУ ім. С. Кузнеця (м. Харків, Україна),
e-mail: melnikovakv@yahoo.com;

Дяків Андрій Богданович,

магістрант 2 року навчання, ХНЕУ ім. С. Кузнеця (м. Харків, Україна),
e-mail: andri.diakiv@gmail.com

Однією з головних умов успішного функціонування мікрологістичної системи є ефективна й оптимально побудована підсистема закупівельної діяльності. Для більшості мікрологістичних систем витрати на придбання сировини, матеріалів, комплектуючих складають значну частину від загальної суми витрат. Витрати на закупівлі безпосередньо впливають на собівартість готової продукції та послуг.

Основним завданням управління закупівельною діяльністю є здійснення закупки конкурентоспроможних товарів відповідно до вимог і запитів потенційних споживачів з надійними постачальниками.

Згідно з функціями менеджменту процес управління закупівельною діяльністю мікрологістичної системи містить такі етапи: планування організація, контроль і регулювання закупівельної діяльності.

Закупівельну діяльність у мікрологістичних системах слід сприймати не тільки через призму часу поставок і доступності товарів на складі, але як істотний чинник, який має вплив на доходність всієї логістичної системи в аспекті витрат, а також створення цінності для споживача.

Секція 1. Проблеми стратегічного управління конкурентоспроможністю на основі інновацій

У цей час особлива увага приділяється вибору стратегії у процесі планування закупівельної діяльності. Найпоширенішими стратегіями прийнято вважати:

1. Стратегію вибору глобальних постачальників. Припускає організацію закупівель на міжнародних ринках. Асортиментні можливості закупівель при цьому досить розширюються, гарантованість постачання підвищується, зростає конкуренція постачальників, а за нормальних умов імпорту розширюються й можливості цінової економії.
2. Стратегію вибору одиничних постачальників. Відмова від одночасного співробітництва з декількома постачальниками з метою зниження витрат та вибору найбільш конкурентоспроможного й спеціалізованого постачальника.
3. Стратегія модульних поставок. Це поставка з орієнтацією на скорочення числа постачальників або обмеження числа закуповуваних товарів та комплексних/модульних поставок.
4. Стратегія використання функціонально-вартісного аналізу відбору постачальників. Розширено реалізує відомий метод планомірного й систематичного дослідження функцій даного товару й визначення умов, що забезпечують роботу необхідних функцій за одночасної мінімізації витрат.

Будь-яка стратегія обирається виходячи із умов функціонування логістичної системи, масштабів, специфіки матеріальних потоків, асортименту вхідних потоків, можливості потенційних постачальників тощо.

Обираючи стратегію закупівель, необхідно її пов'язати зі стратегією розподілу в логістичній системі. Розрізняють такі види стратегій розподілу, як: конкурентна, ексклюзивна та селективна.

Конкурентна стратегія закупівель найбільш адекватна інтенсивному розподілу з боку постачальника. Ексклюзивна стратегія закупівель претендує на особливі відносини з постачальниками. Селек-

тивна стратегія закупівель, як і розподілу, є проміжною між двома іншими стратегіями – інтенсивною й ексклюзивною.

Закупівельна діяльність також забезпечує реалізацію багатьох цілей, серед яких: наявність необхідного асортименту та доступність товару (можливість одержання товару в будь-який потрібний момент); надійність оптовика (точність виконання замовлень, чесність розрахунків, поважне ставлення до споживачів, репутація); привабливі умови реалізації (мінімізація й стабілізація періоду часу від розміщення замовлення до його одержання, мінімізація розміру замовлення, відповідальність продавця за поставку, мінімізація втрат і дотримання узгодженого графіка); вигідна ціна (обсяг закупівлі, знижки, наявність кредиту, відтермінування платежу); стабільність якості (можливість придбання аналогічних виробів на постійній основі).

Правильна організація закупівельної діяльності сприяє збільшенню прибутків, скороченню логістичного циклу, підвищенню ефективності закупівель.

Процес закупівлі є ланцюгом взаємопов'язаних дій. Починається він з отримання замовлень споживачів, а закінчується практичним надходженням необхідних товарів у потрібній кількості з дотриманням якості в задані терміни, а саме головне – з оптимальним рівнем витрат.

Пошук, обробка й аналіз інформації з ринків закупівель та постачальників – досить трудомісткий процес, але від вибору оптимального постачальника залежить результат роботи усєї мікрологістичної системи та ланцюга постачань.

Література

1. Вишнеvsька О. А., Волошина А. О. Планування та організація закупівель товарів споживчого призначення торговим підприємством. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2019. Вип. 34. С. 50–53.
2. Дунська А. Р., Лютенко Д. Д., Особливості процесу закупівельної діяльності підприємства. URL: <http://sru.fmm.kpi.ua/issue/view/12390>

Секція 1. Проблеми стратегічного управління конкурентоспроможністю на основі інновацій

.....

3. Луценко І. С., Крисак Ж. М. Планування та організація закупівельної логістики як запорука оптимізації витрат виробничого підприємства. URL: <http://106896-Текст%20статті-230492-1-10-20170813.pdf>

4. Третяк В. П., Гармаш Ю. О. Сучасна практика управління закупівельною логістикою на підприємстві. *Бізнес Інформ*. 2020. № 4 С. 200–205.

