

Малахов Александр Олегович

практикант

ООО «Салюс»

студент

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный

университет экономики и сервиса»

г. Владивосток, Приморский край

ЗАКУПОЧНАЯ ЛОГИСТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

***Аннотация:** в статье изложены главные аспекты закупочной деятельности, а также выделены этапы осуществления закупочной логистики. В работе проанализировано понятие «закупочная деятельность».*

***Ключевые слова:** закупочная деятельность, закупочная логистика, логистика, спрос, поставщики, продукция.*

Закупочная деятельность – это процесс обеспечения предприятия материальными ресурсами, при последующем размещении данных ресурсов на складах организации, а также их хранении и выпуска в производственный цикл [1; 5].

Осуществление закупочной деятельности является одной из самых важных функций предприятия розничной торговли, поэтому является обязательной для выполнения. Функционирование предприятия на данном этапе будет определяющим для включения в работу организации главной функции – получение прибыли. Взаимодействие производственной, сбытовой, транспортировочной и многих других видов деятельности позволит добиться наиболее упорядоченной работы с закупками продукции, при этом сокращая временные ресурсы и сводя к минимальным финансовым ресурсам [10–13].

Основная цель закупочной деятельности предприятия розничной торговли – снабжение организации материальными ресурсами, которые необходимы для достижения эффективной производственной и финансовой деятельности предприятия [1; 3]

Для достижения целей закупочной деятельности предприятия розничной торговли необходимо поставить множество задач:

- закупать продукцию в соответствии со спросом конечных потребителей, учитывая ассортимент и стандарты качества;
- обеспечивать предприятие товаром в полном объеме на основе выявленной потребностью в их производстве;
- согласовать сроки снабжения предприятия товарами или услугами со сроками их производства;
- рационализировать партии продукции;
- находить наиболее выгодные способы доставки материальных ресурсов;
- контролировать наличие, количество и качество поступающую на предприятие продукцию;
- учитывать документальную базу, вести документооборот в соответствии с каждой совершенной операцией предприятия [1; 8]

Исполнение данных задач послужит цепной реакцией для совершения целей организации, а также послужит эффективным рычагом влияния на закупочную деятельность предприятия и его отделов.

Так как закупочная деятельность предприятия представляет собой управление материальными ресурсами и снабжение предприятия данными запасами, то следует понимать, что процесс закупки является сложной системой. Для того, чтобы на этом этапе осуществлялась успешная работа, нужна организованная и эффективная работа всех отделов предприятия.

Закупочная деятельность направлена непосредственно на то, чтобы организация получила необходимые по качеству и количеству материальные запасы от добросовестных поставщиков по выгодной цене. В связи с этим можно выделить следующие предпосылки важности закупочной деятельности, которые влияют на эффективность работы предприятия:

- удовлетворение потребностей в поставках товара обеспечивает эффективную деятельность предприятия;

- стремление уменьшать издержки, связанные с приобретением товаров, удовлетворяющих потребности конечных потребителей;
- процесс закупки должен формировать уровень и структуру запасов и незавершенного производства;
- эффективно налаженные хозяйственные отношения с поставщиком – гарантия качества поставляемой продукции [4].

Закупочная деятельность предприятия розничной торговли представляется в следующих этапах:

- изучение рынка спроса и его анализ;
- определение ассортимента и количества товара;
- определение поставщиков и других источников поступления продукции;
- подача заявки на заказ;
- контроль за исполнением заказа;
- получение продукции;
- учет продукции, поступившей на предприятие [2; 6]

Самый главный этап организации закупочной деятельности – это анализ рынка покупательского спроса. Величина спроса равна тому количеству товаров, которые покупатель готов приобрести за определенную цену за какой-либо промежуток времени. В зависимости с факторами изменения в сферах экономики, политики, культуры меняется благосостояние граждан, следовательно, меняется и структура спроса. Изучение потребительского спроса способствует эффективности производства выпускаемой продукции в различном ассортименте и количестве [7].

Анализ покупательского спроса позволяет определить соотношение между объемом спроса и потребления. При этом нужно воздействовать на производство посредством расширения и обновления ассортимента продукции, а также уделять большое внимание качеству товара.

Анализ потребительского спроса предполагает рациональное распределение ресурсов, а также планирование затрат, связанных с закупкой материальных

ценностей. Также анализ спроса может повлиять на производство продукции, выпуск наиболее качественного товара и его ассортиментной базы.

Выбор поставщика является важной частью организации закупочной деятельности. Выбор поставщиков подразумевает под собой выявление источников снабжения. Наиболее главным критерием выбора поставщика служит своевременная поставка материальных ценностей и надежность источника.

В организации специалистам необходимо вести учет по действующим контрактам с поставщиками. Данные сведения в свою очередь могут храниться в книгах учета или в электронных документах. Сведения содержат информацию о действующих поставщиках, какие заказы они исполняют, какая продукция входит в данный заказ.

Анализ и выбор поставщика предполагает результат – оформление заказа. В соответствии с тем, что на рынке преобладает большой выбор поставщиков, большинство компаний ссылаются на выбор поставщика посредством всех необходимых критериев, которые предполагает политика предприятия. Также заказ может определиться в результате тендера, торгов, конкурса. Для этого необходимо ознакомиться с прайс-листом или наладить хозяйственные отношения с потенциальным поставщиком [2].

Подача заявки на поставку товаров представляет собой процесс заполнения формы заказа. Помимо заполнения формы, подача заявки может выступать в виде соглашения поставщиком на продажу материальных ценностей. Так как форма имеет большую значимость, она должна содержать серийный номер, дату заполнения, наименование поставщика или источника поставки и его адрес, количество товаров и описание товаров в соответствии с поставляемым ассортиментом, дату доставки, прочие условия и оплата [1].

После отправки заказа поставщику, фирма-заказчик может контролировать ход выполнения заказа, а также может повлиять на время его выполнения. Данные функции фирмы-заказчика выполняют ответственные специалисты отдела контроля экспедирования. Контроль выполнения заказа – это стандартная функция, которая подразумевает способность поставщика выполнять обязательства в

соответствии со сроками фактического получения материальных ценностей на предприятие. Говоря простым языком, данные специалисты оказывают давление на поставщика с целью выполнения обязательств в точности в назначенный срок, даже если у поставщика появляются проблемы с графиком доставки. В связи с этим применяются различные стимулы, которые в свою очередь могут быть как положительными, так и отрицательными. К положительным, например, можно отнести продление контракта, к отрицательным – прекращение отношений в будущем из-за невыполнения каких-либо условий договора [1].

После того, как завершена подача заявки на заказ и после того, как материальные ценности доставлены на предприятие, следует важный этап – оприходование. Необходимо выделить основные цели процесса получения и контроля продукции:

- гарантия получения заказа;
- подтверждение фактического наличия полученных товаров с предполагаемым;
- проверка качества поступившей продукции;
- отправка данных материальных ценностей на склад, базу и т. д.;
- регистрация необходимых документов на получение продукции [9].

Счет на оплату полученного груза предполагает обязательства покупателя перед поставщиком. Чаще всего счет на оплату выписывается в двух экземплярах для обеих сторон. Счет включает в себя номер заказа, стоимость материальных ценностей, общую сумму к оплате.

На каждом предприятии должен вестись учет продукции, которая поступает в организацию. Учет продукции осуществляется в соответствии с документами, которые относятся непосредственно к заказу и необходимы для отдела закупок. Такими документами могут выступать:

- журнал заказов на закупку. Данный журнал содержит информацию об учете всех заказов по номерам и выполнении заказов;
- реестр заказов на закупку. Реестр содержит копии всех совершенных и совершаемых заказов на закупку продукции;

– товарный реестр. Товарный реестр отображает сведения о закупках каждого основного вида продукции. Данные сведения содержат дату, наименование поставщика, количество единиц товара и его цену, номер заказа на закупку;

– реестр, содержащий историю совершаемых сделок с поставщиком.

Независимо от документов учета, главным документом является договор поставки. Данный документ представляет собой соглашение, по которому потенциальный поставщик обязан сформировать и направить материальные ценности или передать их в собственность потребителю. Потребитель, в свою очередь, должен принять условия и оплатить поставку продукции.

Таким образом, суть закупочной деятельности сводится в основном к оперативному снабжению и закупке товаров и услуг на предприятии розничной торговли. Если рассматривать эту деятельность как процесс, то она представляет собой совокупность или комплекс работ всех отделов фирмы.

Список литературы

1. Лизакова Р.А. Закупочная логистика: Курс лекций по одному. дисциплине для слушателей специальности 1–26 02 85 «Логистика» заоч. формы обучения / Р.А. Лизакова. – Гомель: ГГТУ им. П. О. Сухого, 2013. – 76 с.

2. Ельдештейн Ю.М. Логистика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.kgau.ru/distance/fub_03/eldeshtein/logistika/02_01.html

3. Белозерцева Н.П. Некоторые аспекты автоматизации закупочной деятельности / Н.П. Белозерцева, Ю.С. Близнюк // Экономика и предпринимательство. – 2016. – №5 (70). – С. 656–660.

4. Бродецкий Г.Л. Оптимизация закупок по многим критериям с учетом рисков / Г.Л. Бродецкий, О.А. Мазунина // Логистика и управление цепями поставок. – 2010. – №4. – С. 65–75.

5. Гаджинский А.М. Логистика: Учебник для студентов вузов / А.М. Гаджинский. – 20-е изд. – М.: Дашков и К*, 2012. – 484 с.

6. Курочкин Д.В. Логистика: [транспортная, закупочная, производственная, распределительная, складирования, информационная]: Курс лекций / Д.В. Курочкин. – Минск: ФУАинформ, 2012. – 268 с.

7. Сысолятин А.В. Оценка эффективности закупочной деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nauka-rastudent.ru/13/2370/>
8. Федоров Л.С. Общий курс логистики: учебное пособие для студентов вузов / Л.С. Федоров, М.В. Кравченко. – М.: Кнорус, 2011. – 224 с
9. Моисеева Н.К. Экономические основы логистики: Учебник для студентов вузов / Н.К. Моисеева; под ред. В.И. Сергеева. – М.: Инфра-М, 2014. – 528 с.
10. Драгилева Л.Ю. Определение роли и места розничном торговли в потребительском комплексе дальневосточного региона / Л.Ю. Драгилева, Е.В. Масленникова, С.К. Худякова // Интеграл. – №6. – С. 56–57.
11. Белозерцева Н.П. Разработка методики оценки конкурентоспособности транспортно-экспедиторских компаний и логистических операторов / Н.П. Белозерцева, М.С. Ярайкина // Наука. Инновации. Образование. – 2013. – №2. – С. 4.
12. Белозерцева Н.П. Структура и особенности современного рынка грузоперевозок / Н.П. Белозерцева, М.С. Ярайкина // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса: научный журнал. – 2012. – №1 (19). – С. 64–73.
13. Белозерцева Н.П. Разработка методики оценки конкурентоспособности предприятий транспортной отрасли / Н.П. Белозерцева, Л.С. Шендрик // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса: научный журнал. – 2013. – №1 (19). – С. 144–149.