

ПЛАНУВАННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ЗАКУПІВЕЛЬ В ТОРГОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

«Продуктивність – не випадковість. Це завжди результат прагнення до досконалості, розумного планування і цілеспрямованих зусиль»

Закупівлі товарів є основою комерційної діяльності оптових торгових підприємств. Їхня мета полягає в забезпеченні планомірного і безперервного забезпечення товарами роздрібною торговельною мережі. Операції оптових закупівель товарів властиві не тільки оптовим підприємствам, а також і роздрібним. Більш сильні конкурентні переваги отримують ті компанії, які звертають увагу на товаропостачання і скорочення витрат за рахунок ефективної організації системи закупівель.

Планування закупівель – це початковий етап у здійсненні закупівель. Організація закупівель – це система пошуку і відбору постачальників для задоволення певних потреб. [1] Планування в сфері закупівель – це важливий процес абсолютно для всіх організацій, так як їх майбутня прибутковість безпосередньо залежить від правильності складання прогнозу витрат. [1]

Як стверджував австрійський економіст і філософ – Фрідріх фон Хайек: «Торгівля — вважають її справжньою роботою чи ні — принесла не тільки індивідуальне, але і колективне багатство завдяки зусиллям розуму, а не м'язів.» [2]

Організація оптових закупівель – це комплекс взаємозв'язаних управлінських і комерційних рішень та торгових операцій, виконанням яких забезпечується виявлення попиту споживачів відповідно до потреб суспільства, надання й узгодження з постачальниками замовлень на виробництво і постачанням товарів.[3]

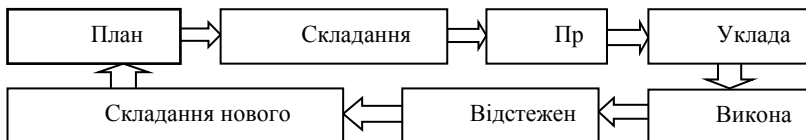


Рис. 2.Схема організації закупівель

Метод оптових закупівель припускає постачання матеріальних ресурсів великою партією за один раз. Переваги цього методу полягають в простоті оформлення документації, гарантії постачання повного обсягу замовлення, підвищених торговельних знижках.

При регулярних закупівлях дрібними партіями підприємство замовляє необхідну кількість товарів впродовж певного періоду часу. Метод закупівлі в міру необхідності схожий на регулярну закупівлю, але відрізняється приблизно замовленою кількістю, узгодженням з покупцем кожного постачання і оплатою тільки поставленої кількості. Найбільш поширені такі методи управління закупівлями:

При використанні методу збільшення об'ємів закупівель в ухваленні рішення про закупівлю враховується попит на конкретні види продукції, аналіз попиту за рік з урахуванням можливих сезонних коливань, визначається об'єм попиту достатній для створення запасів продукції. Рішення приймається залежно від кількості замовлень, а не від кількості проданого товару.

- Метод зменшення об'ємів закупівель має на увазі щомісячний аналіз статистики збуту продукції, яка не має попиту. Об'єми видів товарів, що повільно реалізуються, зводяться до мінімуму. Метод прямого розрахунку є обчисленням середніх величин і не враховує динаміку і циклічність попиту.

При цьому визначаються такі показники, як період часу розрахунку, загальна кількість проданої продукції в цей період, середній обсяг запасів в тиждень.[4] Існує кілька принципів організаційної побудови:

1. Принцип ієрархічної впорядкованості, тобто більшість організацій мають ієрархічну природу.
2. Принцип інтегрованості. Він походить від загальносистемного принципу емерджентності.
3. Принцип оптимальності. Вибір найкращого варіанту побудови структури з урахуванням обмеженого складу організаційних елементів і ресурсів.
4. Принцип адаптивності. Пристосування як суб'єктам торгівлі до умов зовнішнього середовища.[5]

Перераховані компоненти є основою для вдосконалення підходу до управління закупівлями підприємства в конкретних умовах господарювання і дозволяють підвищити ефективність управління споживаними ресурсами.

Виходячи з вищесказаного, закупівля – це усвідомлення необхідності в матеріальних ресурсах, пошук і вибір постачальників, а також переговори з умов угоди. Для цього необхідно володіти безліччю різних навичок, у тому числі умінням точно прогнозувати потреби і підтримувати хороші взаємовідносини з постачальниками.

Список використаних джерел:

1. Планування в сфері закупівель [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://otendere.com/zakupki/informaciya-zakupki/planirovanie-zakupok.html>.
2. Хайек Ф. А. Пагубная самонадеянность. Ошибки социализма / Ф. А. Хайек. – М. : Новости, 1992. – 32 с.
3. Планування в сфері закупівель [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://otendere.com/zakupki/informaciya-zakupki/planirovanie-zakupok.html>.
4. Методи і форми організації закупівельної діяльності на підприємстві [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://docplayer.ru/29105585-Metody-i-formy-organizacii-zakupochnoy-deyatelnosti-na-predpriyatii.html>.
5. Апопій В. В. Організація торгівлі / В. В. Апопій. – К. – 2002.