

## ТИПЫ ЗАКУПОК. ИХ ХАРАКТЕРИСТИКИ

**Байкалова В.В.**

**Научный руководитель – старший преподаватель Агафонова Л.М.**

*Сибирский федеральный университет*

При описании потребности важную роль играет определение характеристик продукта, необходимых для удовлетворения осознанной потребности определяется вторым этапом, когда осознавший необходимость приступает к определению общих характеристик необходимого товара, его потребного количества и качества

Выполнение этапа «определение типов закупок» зависит от значительного количества факторов, основными среди них являются, объем партии закупаемых ресурсов и периодичность закупки ресурсов. В зависимости от этих факторов выделяют следующие типы закупок:

1) Закупки ресурсов фиксированными партиями:

- закупки ресурсов одной партией – предполагают поставку ресурсов крупной партией за один раз; преимуществами данного метода являются исключение возможности неравномерности и неритмичности снабжения предприятия ресурсами незначительная трудоемкость работ по оформлению документов на поставку ресурсов, возможность использования скидок на крупные партии ресурсов; недостатками являются повышенные затраты на складирование и хранение ресурсов, отвлечение части оборотных средств предприятия в запасы, не дающее возможности получения дохода от их использования в течение определенного периода времени;

- закупки ресурсов мелкими партиями предусматривает договоренность между поставщиком и потребителем на поставку определенного количества ресурсов несколькими партиями в определенные промежутки времени; Преимуществами данного метода являются снижение затрат на складирование и хранение ресурсов, экономия оборотных средств предприятия, создание предпосылок для внедрения перспективных логистических концепций управления потоками ресурсов, недостатками являются наличие возможности отклонений от условий поставок ресурсов, повышенную трудоемкость логистических операций, связанных с управлением мелкими партиями ресурсов;

2) Закупки ресурсов по котировочным ведомостям – обычно практикуется для поддержания конкуренции среди поставщиков и снижения цен на ресурсы и заключается в том, что покупатель посылает предполагаемые поставщикам ресурсов «требования на квоты», которые содержат всю необходимую информацию о требуемых ресурсах и о способах их получения; возвращаемые поставщикам ведомости содержат данные о затратах на изготовление данных ресурсов, на доставку и сопутствующий сервис и цены поставщиков исходя из рентабельности;

3) Закупки ресурсов по мере необходимости заключается в следующем: выбрав поставщика и получив от него согласие на поставку необходимых ресурсов, предприятие направляет ему заказ на поставку данных ресурсов, в котором указывается приблизительность заказанного объема поставок в течение определенного интервала времени; в установленное время поставщик уточняет у покупателя объем и время поставок, при этом оплачивается только то количество ресурсов, которое было поставлено покупателю;

4) Закупки ресурсов с заказом на поставку применяются главным образом для получения ресурсов, используемых потребителем нечасто; центр закупок обычно оформляет заказ на приобретение ресурсов, который требует определенного времени на исполнение. Недостатками данного метода являются необходимость детальной проработки заказа на ресурсы, трудоемкость выбора поставщика требуемых ресурсов, сложность управления процессами закупок различных по количеству и характеристикам ресурсов у различных поставщиков данных ресурсов.

Этап «Определение количества каналов концентрации ресурсов» проводится одновременно с определением типов закупок и формирует общие принципы организации снабжения данным видом ресурсов. Анализ рынка сырья проводится с целью получения информации не только о количестве потенциальных поставщиков, производящих необходимые ресурсы, но и о специфике самой отрасли, рыночных ценах на ресурсы, особенностях конкуренции в данной отрасли, степени ее жесткости, и т.п. Знание и анализ рынка поставщиков помогают логистическому персоналу фирмы определить количество возможных поставщиков, позицию на рынке, механизмы и другие факторы, позволяющие правильно организовать закупки.

Следующий этап «Идентификация всех возможных поставщиков» исключает определение всех возможных поставщиков определенного вида, материальных ресурсов, которые могут удовлетворять требования внутрифирменных пользователей. Важным моментом является включение в список тех фирм-поставщиков, услугами которых товаропроизводитель ранее не пользовался.

Изучение потенциальных поставщиков и их возможностей обычно включает:

- предварительный сбор данных о поставщиках ресурсов, предполагается проведение переговоров или заключение сделки;
- текущее наблюдение за деятельностью поставщиков ресурсов, которыми заключены договоры на поставку ресурсов;
- выявление и изучение новых потенциальных поставщиков ресурсов;
- систематическое изучение конъюнктуры;
- наблюдение за деятельностью предприятий-конкурентов, являющихся лидерами на локальных рынках.

Досье поставщика ресурсов включает ряд документов:

- a) Карта поставщика ресурсов;
- b) Сведения о переговорах с поставщиком ресурсов;
- c) Сведения о деловых отношениях с поставщиком ресурсов;

Карта поставщика ресурсов представляет собой анкету, содержание которой сгруппировано по основным аспектам, характеризующим различные стороны деятельности данного поставщика ресурсов:

- указывают почтовый, телеграфный адрес поставщика ресурсов, номера его телефонов и E-mail;
- номенклатура продукции и услуг предприятия- поставщика;
- сведения о производственной мощности, торговом обороте, числе работающих и др.;
- данные о финансовом положении предприятия-поставщика;
- сведения о филиалах, дочерних предприятиях, об участии предприятия-поставщика в объединениях, ассоциациях и др.;
- конкуренты предприятия-поставщика ресурсов;
- сведения о владельцах и администрации предприятия-поставщика;
- отрицательные стороны деятельности предприятия-поставщика (невыполнения взятых обязательств, наличие рекламаций, арбитражные и судебные иски).

Сведения о переговорах составляются после завершения переговоров с предприятием-поставщиком. Они отражают:

- предмет переговоров;
- результат переговоров;

-характеристику лиц, участвующих в переговорах: особенности характера, знание технических и коммерческих сторон осуждаемых проблем и др.

Сведения о деловых отношениях с предприятием - поставщиком в отличие от сведений о переговорах, составляемых после каждого из раунда, составляются один раз в год и отражают историю, и опыт работы с предприятием-поставщиком в течение этого времени. Они содержат данные о выполнении поставщиком условий контракта, его заинтересованности в сотрудничестве, деловых качествах администрации предприятия и др.

Этап предварительной оценки всех возможных поставщиков состоит из трех подэтапов:

1. Определение списка потенциальных партнеров;
2. Составление списка поставщиков, удовлетворяющих требованиям заказчика;
3. Выбор надежного поставщика для размещения заказа.

Основная цель на данном этапе - выбор компетентного поставщика, который обладает потенциалом для развития партнерских отношений. Процесс выбора должен быть регламентирован. При выборе должны использоваться:

- методика выбора поставщик;
- разные способы оценки поставщиков;
- положение о проведении всех видов конкурсных тендеров (открытого, отборочного закрытого);
- технологии ведения переговоров;
- Схемы анализа и оценки функциональных циклов и результатов выполнения закупок.

Этап оценки оставшихся поставщиков и окончательный выбор поставщика заключаются в необходимости выбрать эффективные формы поиска партнера в соответствии с принятой стратегией снабжения.