

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ЗАКУПОЧНОЙ ЛОГИСТИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Асн. ПАВЛОВА О. Н.

Белорусский национальный технический университет

В последние годы в сфере товарного обращения произошли существенные преобразования. В хозяйственной практике стали использоваться новые методы и технологии доставки товаров, базирующиеся на концепции закупочной логистики. Интерес к проблемам развития логистики связан прежде всего с причинами экономического характера. В условиях роста объемов производства и расширения внутринациональных и микрохозяйственных связей произошло увеличение издержек сферы обращения, внимание предпринимателей сконцентрировалось на поиске новых форм оптимизации рыночной деятельности и сокращения затрат в данной сфере.

Под логистикой в широком смысле понимается наука об управлении материальными потоками и информацией от поставщика до конечного потребителя с целью минимизации издержек, призванная обеспечить максимально возможное удовлетворение нужд потребителя. В самом общем виде структура логистики включает в себя закупочную, или снабженческую, логистику, связанную с обеспечением производства исходными материалами, производственную логистику, которая направлена на обеспечение непрерывности процесса производства, а также сбытовую, или распределительную, логистику, которая может рассматриваться как управление физическими операциями по доставке и распределению товаров от поставщика к потребителю с учетом анализа рынка поставщиков и потребителей, координации спроса и предложения.

В настоящее время все больше заинтересованность в процессе эффективного и рационального управления закупками. Эффективное управление закупками может существенно повлиять на успех большинства современных предприятий. Закупочная логистика – важная сфера общественного производства, охватыва-

ющая значительную часть сферы обращения. Комплекс операций, составляющий процесс закупочной логистики, сложен и разносторонен, протекает в различных местах, в разное время, с различной степенью интенсивности. Этот процесс занимает важное место в общественном производстве, обеспечивая физическое перемещение материальных ресурсов от изготовителя до потребителя, а также внутри предприятия. Существуют несколько подходов к определению понятия «закупочная логистика» [1]. С одной стороны, широкая трактовка процесса управления закупочной логистикой охватывает сферу управления снабжением, перевозками, экспедированием грузов, складским хозяйством, сбытом. С другой стороны, к управлению закупочной логистикой относят только управление снабженческой деятельностью, взятой в узком смысле этого слова, как процесс закупок материальных ресурсов. Третья точка зрения подразумевает управление закупочной логистикой как систему управления планированием и контролем усилий, необходимую для того, чтобы требуемое количество и качество материалов, заказанных соответствующим образом, в нужный момент было получено по разумной цене и имелось на предприятии в наличии при существующей необходимости. Данный подход отличается от двух других следующим: 1) шириной трактовки понятия; 2) большей конкретностью определения; 3) взаимосвязью с теоретическими основами современной организации производства; 4) четкой ориентацией на конечный результат деятельности предприятия. Третья точка зрения более конкретна и отражает основные принципы логистического подхода к сфере закупок (количество и качество материалов, сроки поставок, определение цен на материалы, необходимость ограничения объемов запасов).

Таким образом, закупочная логистика – это система управления материальными потоками в процессе обеспечения предприятия материальными ресурсами, в рамках которой происходит движение сырья, производственных и вспомогательных материалов, а также комплектующих изделий и запасных частей с рынка закупок до складов предприятия или через сеть промежуточных складов поставщиков. Эта система связана с решением комплекса задач, которые можно классифицировать следующим образом:

- информационные задачи (изучение собственных потребностей; определение потребностей в натуральном и стоимостном выражении);
- управленческие задачи (обоснование сроков закупки ресурсов; обеспечение точного соответствия между количеством ресурсов и потребностями в них);
- коммерческие задачи (закупка ресурсов с наименьшими затратами; формирование системы отношений с поставщиками ресурсов).

Указанные задачи должны состоять в максимально эффективном использовании каналов товародвижения, в оказании логистических услуг, связанных с перевозкой, приемом и хранением ресурсов. Другими словами, логистика выступает как практический инструмент ведения бизнеса, с помощью которого можно максимально обеспечить интересы покупателя при проведении закупочной компании.

Схемы организации материально-технического обеспечения предприятий подразделяются укрупненно на следующие группы:

- традиционная – с организацией системы складов предприятий-поставщиков, центральных складов и складов снабжаемых предприятий. Их основной недостаток состоит в значительных капитальных затратах, административных издержках и затратах труда;
- промежуточная, основанная на системе договоров с предприятиями-посредниками. Главное достоинство – это возможность отказаться от собственной системы складов с высвобождением капитала, замороженного в собственных запасах. К числу достоинств следует также отнести возможность организации срочных поставок;
- ориентированная на конкретную потребность производства. Группа включает следующие методы:

– метод «Точно в срок», с помощью которого в результате частых (дробных) поставок резко сокращаются накопленные запасы;

– система запросов, в соответствии с которой с поставщиками заключаются типовые контракты на длительный период, а данные по фактической потребности запрашиваются на основе поэтапного уточнения;

– метод «Канбан» (карточка) – разработан в Японии с целью управления поставками в условиях поточного производства; учитывает конечную потребность в деталях);

– система MRP с модификациями (Material Requirements Planning) – методология планирования потребности в материалах, охватывающая планирование на трех уровнях – программном планировании, распределении материалов и управлении закупками (т. е. фактическое отклонение от плана передается через обратную связь на уровень планирования и возникает замкнутая система);

– система прогнозных показателей, при которой спрос на большие партии закупок формируется на определенном уровне, а затем конкретный объем поставок приводится в соответствие со спросом;

– система электронно-информационной коммуникации клиента и поставщика – метод снабжения, при котором запрос поступает в виде заказа, а данные о поставке и транспортировке уточняются в прямом межкомпьютерном общении.

Наиболее распространенными и эффективными схемами выбора поставщика являются: конкурсные торги и письменные переговоры между поставщиком и потребителем.

Конкурсный (тендерный) отбор представляет собой наиболее перспективную форму закупки, так как этот механизм в наибольшей мере соответствует экономической системе свободного рынка и обеспечивает рационализацию финансовых потоков. Для построения и обеспечения эффективного функционирования системы конкурсных закупок необходимо соблюдать комплекс принципов:

1) прозрачность (открытость) – все этапы проведения конкурсов, начиная с установления условий их проведения до объявления победителя, осуществляются публично, и каждый участник имеет возможность с ними ознако-

миться. Предусмотрена система отчетности обо всех предпринимаемых в ходе проведения закупки действиях;

2) справедливость (равноправие) – закупочная деятельность должна осуществляться справедливо и честно, обеспечивая равные возможности для всех участников;

3) экономичность – закупочные процедуры осуществляются с минимально возможными затратами;

4) эффективность – означает приобретение продукции с максимальной экономической выгодой для покупателя, с наилучшим соотношением цены и качества. Эффективное расходование средств зависит от пяти факторов: закупки должны быть проведены в нужном количестве, нужного качества, по приемлемой цене, в подходящем месте и в подходящее время;

5) конкуренция – проведение закупок на конкурентной основе путем сравнения предложений поставщиков по заранее утвержденным критериям и выбору наилучшего предложения;

6) ответственность – все стороны – участники конкурсных закупок должны соблюдать заключенный по итогам конкурса контракт.

Эти принципы лежат в основе регламентирующего закупки законодательства многих стран.

В целях снижения себестоимости в Республике Беларусь действует механизм приобретения материалов, комплектующих и других товаров посредством тендерных закупок. Законодательство Беларуси в общем плане достаточно полно описывает процедуру проведения тендера для закупки различного рода товаров за счет бюджетных средств. Разработаны положения о тендерных комиссиях, которые формально должны гарантировать соблюдение «принципов гласности, объективности оценки, единства требований и с созданием равных конкурсных условий тендеров по закупке товаров, работ и услуг за счет средств республиканского бюджета и внешних государственных займов в целях выбора оптимального поставщика товаров, работ и услуг».

Тендерные закупки в том виде, в котором они в основном осуществляются в республике, ведут к тому, что покупатель должен приобрести товар максимально дешево, а продавец – сбывать продукцию любой ценой, не заботясь

затем ни о чем, ведь вторых торгов может и не быть. То есть основной целью проведения тендеров стало снижение стоимости. Но эта цель не должна пониматься упрощенно вне логического подхода, требующего минимизации издержек и повышения результативности производства в целом. Необходимо в комплексе учитывать и квалификацию исполнителей, и сложившиеся хозяйственные связи, и многие другие факторы, так как может получиться не экономия, а дезорганизация производства. Кроме того, прямая минимизация цены закупки противоречит другим условиям рационального хозяйствования.

Повсеместным внедрением тендеров могут быть искажены такие понятия, как качественный товар, надежный поставщик, партнерские отношения. Хотя этого можно избежать, если поинтересоваться некоторыми аспектами экономической истории. Знаменитый Генри Форд хотел построить гигантский промышленный комплекс по производству автомобилей с собственным портом и разветвленной сетью железных и шоссейных дорог. Цель? Полный контроль. Желая наладить надежное и бесперебойное снабжение своих заводов сырьем и материалами, Форд инвестировал средства в угольные шахты, железорудные месторождения, участки строевого леса, стеклодувные фабрики. 2,5 млн акров земли в Бразилии под каучуковой плантацией он символично назвал Фордландией. Настолько велико было желание собственника держать под контролем все товарно-материальные потоки, циркулирующие между более чем 40 его добывающими, сборочными и обслуживающими предприятиями в США, Канаде, Австралии, Новой Зеландии, Великобритании, Южной Африке и дилерами его продукции по всему миру. Это был один из самых грандиозных в истории проектов вертикальной интеграции. Но с течением времени Форд понял, что ошибся и просто нуждается в посторонней помощи многочисленной армии независимых поставщиков продуктов и услуг. Он обнаружил, что специализированные фирмы выполняют наиболее важные функции ничуть не хуже, чем его собственный управленческий аппарат. А по качеству работ и издержкам такие специалисты зачастую оставляли позади фордовские подразделения. Вскоре независи-

мые фирмы стали полноценными участниками снабженческо-сбытовой сети Форда, а приоритеты в общекорпоративной стратегии сместились от контроля на основе собственности к контролю с помощью управления партнерскими отношениями.

У нас в республике многие предприятия и фирмы, занимающиеся оказанием услуг и обеспечивающие поставки материалов и оборудования, накопили значительный опыт, обладают большими связями как в стране, так и за рубежом. Многие зарубежные заводы и фирмы представляют этим специализированным фирмам дилерские права, определенные преференции и т. п. Выросли квалифицированные кадры, прекрасно владеющие техническими и другими характеристиками поставляемых продуктов. Полностью растаможенные, подготовленные к продаже изделия по совокупности издержек, как правило, дешевле, тех товаров, которые закупает отдельное предприятие, занимающееся самостоятельными поставками. Тысячи людей занимаются оформлением паспортов сделок, таможенных документов и других бумаг, плюс командировочные, таможенные, транспортные и другие расходы. В результате закупаемая своими силами продукция окажется значительно дороже. В системе бухгалтерского учета нет методик, которые могли бы подсчитать общие издержки. Поэтому создается иллюзия рационального подхода к закупкам: куплено дешевле и без посредников. Такая псевдоэкономия принижает роль добросовестных фирм, владеющих качественным товаром. Разрушаются давние, проверенные годами совместной работы связи. Постоянные деловые отношения между поставщиками и предприятиями повышают уровень ответственности за своевременность поставок и качество продукции, дают возможность производить техническое сопровождение продукции, оперативно реагировать на замечания производителей, внедрять новые разработки и т. д.

Все эти требования логистической цепи поставок игнорируются разовыми поставщиками.

ВЫВОД

Структура маркетинговых поставок диктуется экономическими законами процесса разделения труда как на международном, республиканском уровне, так и на уровне предприятия. Ни одна фирма, ни одно предприятие не может быть абсолютно самодостаточным в создании рыночного ассортимента. В реальной жизни должно учитываться многообразие подходов к вопросам взаимоотношений поставщик – потребитель. Целесообразность и экономический расчет – вот главное мерило в производственно-экономических отношениях. Понимание логистики в широком смысле как управление материальными потоками и информацией от поставщика до конечного потребителя с целью минимизации издержек для обеспечения максимально возможного удовлетворения нужд потребителя позволяет оптимизировать закупочную логистику.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Гаджинский, А. М.** Логистика: учеб. для студ. высш. учеб. заведений / А. М. Гаджинский. – 12-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2006. – 432 с.
2. **О государственных закупках:** Указ Президента Республики Беларусь от 25 авг. 2006 г. № 529 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2006. – № 144. – 1/7877. – 142 с.
3. **О Государственной** программе импортозамещения на 2006–2010 годы: постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 24 марта 2006 г. № 402 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2006. – № 53. – 5/22081. – 150 с.
4. **Бауэрсокс, Д. Дж.** Логистика: интегрированная цепь поставок / Д. Дж. Бауэрсокс, Д. Дж. Клосс. – 2-е изд.; пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005. – 640 с.

Поступила 23.03.2009