**Тема 1.1 Сущность и роль закупочной логистики в деятельности предприятия**

1. Закупочная логистика: понятие и сущность.
2. Объект, предмет, цель и задачи и принципы логистики закупок.
3. Предметы закупочной деятельности и номенклатура закупаемых ресурсов.

**1. Логистика** (от греческого слова «logistike», что означает искусство вычислять, рассуждать) – это наука о планировании, организации, управлении, контроле и регулировании движения материальных и информационных потоков в пространстве и во времени от их первичного источника до конечного потребителя.

В настоящее время насчитывается множество видов логистики. Одна их них закупочная. Закупочная логистика является одной из основных логистических подсистем и изучает процесс движения сырья, материалов, комплектующих и запасных частей с рынка закупок до складов предприятия.

Закупочная логистика – это деятельность по управлению материальными потоками в процессе снабжения предприятия материальных ресурсов: сырьем, материалами, комплектующими, товарами. Она занимается организацией всех видов деятельности, связанных с получением материальных ресурсов и услуг от поставщиков: закупку, доставку, приемку, временное хранения материальных ресурсов и др.

**2.Объект логистики закупок** - материальный поток и услуги, циркулирующие в функциональном цикле снабжения. **Предметом** является сам материальный поток.

**Цель закупочной логистики** - гарантировать, чтобы предприятие имело надежную поставку материалов соответствующего качества, необходимого объема, в нужное время, от квалифицированного поставщика, с высоким уровнем сервиса и по приемлемой цене.

Рассмотрим **задачи и работы**, относящиеся к закупочной логистике.

1. Определение потребности в материальных ресурсах. Для этого необходимо идентифицировать внутрифирменных потребителей материальных ресурсов. Затем выполняют расчет потребности в материальных ресурсах. При этом устанавливают требования к массе, размеру и другим параметрам поставок, а также к сервису поставок. Далее разрабатывают планы-графики и спецификации на каждую позицию номенклатуры и (или) номенклатурные группы. Для потребляемых материальных ресурсов также может решаться задача «сделать или купить».

2. Исследование рынка закупок. Такое исследование начинают с анализа поведения рынка поставщиков. При этом необходимо идентифицировать всех возможных поставщиков по непосредственным рынкам, рынкам заменителей и новым рынкам. Далее следует предварительная оценка всех возможных источников закупаемых материальных ресурсов, а также анализа рисков, связанных с выходом на конкретный рынок.

3. Выбор поставщика. Он включает в себя поиск информации о поставщиках, поиск оптимального поставщика, оценку результатов работы с выбранными поставщиками.

4. Осуществление закупок. Реализация данной функции начинается с проведения переговоров, которые должны завершиться оформлением договорных отношений, т. е. заключением контракта. Договорные отношения формируют хозяйственные связи, рационализация которых также является задачей логистики. Осуществление закупок включает в себя выбор метода закупок, разработку условий поставки и оплаты, а также организацию транспортировки материальных ресурсов. При этом составляются графики поставки, осуществляется экспедирование, возможно, организуются таможенные процедуры. Завершаются закупки организацией приемного контроля.

5. Контроль поставок. Одной из значимых задач контроля поставок является контроль качества поставки, т. е. учет количества рекламаций и брака. Контроль поставок включает в себя также отслеживание сроков поставки (число ранних поставок или опозданий), отслеживание сроков оформления заказа, сроков транспортировки, а также контроль состояния запасов материальных ресурсов.

6. Подготовка бюджета закупок. Существенной частью закупочной деятельности являются экономические расчеты, так как необходимо точно знать, во что обходятся те или иные работы и решения. В рамках проведения экономических расчетов к задачам закупочной логистики следует отнести расчет издержек из-за дефицита материальных ресурсов.

7. Координация и системная взаимосвязь закупок с производством, сбытом, складированием и транспортированием, а также с поставщиками. Эта специфическая задача закупочной логистики, которая решается, как было отмечено выше, посредством организации системной связи закупок с производством, сбытом, а также тесных связей с поставщиками в области планирования, экономики, техники и технологии.

Различают следующие **принципы закупочной логистики**:

- планомерность - завоз продукции на основе плановых графиков завоза;

- ритмичность - завоз продукции через относительно одинаковые промежутки времени, что создает оптимальные условия для работы оптовых и розничных торговых предприятий, складов, транспорта и других звеньев цепи поставок;

- оперативность - осуществление процесса снабжения продукцией в зависимости от изменения спроса на нее;

- экономичность - минимальные затраты рабочего времени, материальных и денежных ресурсов на доставку продукции. Достигается путем эффективного использования транспортных средств, механизации погрузочно-разгрузочных работ, установления оптимальной звенности цепи поставок;

- централизация - снабжение потребителей продукцией силами и средствами поставщиков;

- технологичность - использование современных технологий закупок и поставок.

Задачей системы снабжения является обеспечение запланированного уровня обслуживания потребителей с минимальными общими затратами.

К системе снабжения, как правило, предъявляют следующие **требования**:

1) обеспечение непрерывного потока продукции: потока сырья, комплектующих и предоставления услуг, необходимых для жизнедеятельности предприятия;

2) управление запасами – сведение уровня инвестиций, связанных с запасами продукции, и затрат на их поддержание к минимуму;

3) поддержание уровня качества обслуживания потребителей;

4) работа с поставщиками – поиск компетентных поставщиков;

5) стандартизация – покупка стандартной продукции там, где это возможно;

6) достижение минимальной общей стоимости обслуживания; процесс закупки требует наличия продукции и обслуживания по наименьшей стоимости;

7) обеспечение конкурентного преимущества предприятия;

8) развитие отношений и достижение гармоничных, продуктивных и рабочих отношений с сотрудниками других функциональных подразделений предприятия;

9) обеспечение снабжения при снижении уровня накладных расходов. Надежность снабжения – гарантированность обеспечения потребителя необходимой ему продукцией в течение запланированного промежутка времени.

**3.**В наиболее общем виде номенклатура закупаемых внешних ресурсов делится на следующие большие группы.

1. Основные фонды производственного и непроизводственного назначения: технологическое оборудование; станки; подвижной состав транспорта; компьютеры и прочие объекты, на которые начисляется амортизация, а также специальные услуги (например, услуги по капитальному ремонту и реконструкции).

2. Материальные ресурсы производственного назначения: сырье; основные и материалы; полуфабрикаты, сборочные единицы, компоненты и комплектующие для сборки (изготовления) ГП; инструменты; топливо и энергия на производственные нужды, промышленная тара и проч.; услуги контрагентов производственного характера.

3. Материальные ресурсы непроизводственного назначения: офисные принадлежности; мебель; продукты типа MRO (Maintenance, RepairsandOperations); оргтехника (компьютерные принадлежности, дискеты, CD и другие носители, сетевое оборудование, принтеры, факс-модемы, телефоны, расходные материалы для принтеров и факсов, бумага, канцелярские принадлежности и т.п.); программное обеспечение; услуги непроизводственного характера.

4. Готовая продукция для продажи.

Закупки ресурсов первой группы не имеют оперативного характера, каждая позиция из них требует обычно детальной предварительной проработки, инвестиционного обоснования, для каждой обычно составляют отдельный контракт. При приобретении этих объектов отдел снабжения компании играет вспомогательную роль.

Вторая группа внешних ресурсов является основной заботой отдела снабжения промышленной компании. Определение размеров и сроков выполнения заказов на закупку этих номенклатурных позиций должно быть тесно увязано с планом производства, который, в свою очередь, формируется на основе плана продаж продукции, т.е. заказы на их закупку передаются из плановой информационной системы. Затраты на их закупку составляют большую долю себестоимости продукции и, как правило, оборотный капитал для этих целей пополняется за счет кредитов банков. Поэтому таким номенклатурным позициям посвящена большая часть рабочего времени сотрудников отдела снабжения, ибо эти изделия являются основной зоной их ответственности. Планирование потребности в этих ресурсах обычно осуществляется с применением механизма программного модуля MRP (MaterialRequiremantPlanning — планирование потребности в материалах). Указанные номенклатурные позиции могут закупаться как в рамках долгосрочных договоров, так и по разовым заказам.

Ресурсы третьей группы, не связанные непосредственно с производством, необходимы компании для осуществления повседневной деятельности. В основном эти номенклатурные позиции легко доступны по первому запросу (бумага, канцелярские принадлежности, недорогой типовой крепеж и т.п.). В рамках отдела снабжения логика работы с такими номенклатурными позициями обычно сводится к тому, чтобы найти надежного поставщика, приемлемого по качеству и по цене продукции, наладить с ним надежный канал поставок, после чего снабжение становится рутинной функцией: размещение следующего заказа на закупку у этого поставщика производится почти автоматически, часто на основе заключенных долгосрочных контрактов и иногда даже без документального уведомления поставщика (например, заказ по телефону). При этом периодически (обычно на ежегодной основе) проводится оценка деятельности поставщика, при необходимости его меняют.

Четвертая группа — ГП для перепродажи — закупается торговыми и другими компаниями. Основными задачами служб снабжения при этом являются размещение заказов, определение графика доставки и размера закупаемых партий товаров для оптимизации уровней товарных запасов в соответствии с планом продаж. В этой группе продукции важную роль играют товары широкого потребления (FMCG — FastMovingConsumerGoods), так как в настоящее время именно для них разработаны многие стандартные логистические технологии транспортировки, складирования и грузопереработки.