Министерство образования РФ

# ДОКЛАД

По дисциплине: «Логистика»

На тему: «Закупочная логистика»

Выполнила:

Специальность: Экономика

Курс:

Проверил:

г. Псков

2009 год

## СОДЕРЖАНИЕ

[ВВЕДЕНИЕ 3](#_Toc247697732)

[СУЩНОСТЬ И ЗАДАЧИ ЗАКУПОЧНОЙ ЛОГИСТИКИ 3](#_Toc247697733)

[СЛУЖБА ЗАКУПОК НА ПРЕДПРИЯТИИ 5](#_Toc247697734)

[ЗАДАЧА «СДЕЛАТЬ ИЛИ КУПИТЬ» 7](#_Toc247697735)

[ЗАДАЧА ВЫБОРА ПОСТАВЩИКА 8](#_Toc247697736)

[1. Поиск потенциальных поставщиков. 8](#_Toc247697737)

[2. Анализ потенциальных поставщиков. 8](#_Toc247697738)

[3. Оценка результатов работы с поставщиками. 9](#_Toc247697739)

[СИСТЕМА ПОСТАВОК «ТОЧНО В СРОК» 10](#_Toc247697740)

[МЕТОД БЫСТРОГО РЕАГИРОВАНИЯ 10](#_Toc247697741)

[ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ЗАКУПОК 11](#_Toc247697742)

[ВЫВОД 12](#_Toc247697743)

[СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 13](#_Toc247697744)

## ВВЕДЕНИЕ

Термин «логистика» происходит от греческого слова «logistike», что означает «мышление, расчет, целесообразность». Римляне понимали этот термин как «распределение продуктов питания». В Византии логистику считали способом организации военного снабжения и управления армией. Существует несколько десятков определений понятия логистики как экономической деятельности. Наиболее широкая трактовка понимает под логистикой управление всеми видами потоков (материальными, людскими, энергетическими, финансовыми и др.), существующими в экономических системах.

Управление материальным потоком на отдельных этапах его прохождения имеет определенную специфику, в соответствии с которой выделяют пять функциональных областей логистики: закупочную, производственную, распределительную, транспортную, информационную.

Закупочная логистика — это управление материальными потоками в процессе обеспечения предприятия материальными ресурсами. В процессе обеспечения предприятия сырьем и материалами решаются задачи закупочной логистики. На этом этапе изучаются и выбираются поставщики, заключаются договоры и контролируется их исполнение. Любое производственное предприятие имеет соответствующую службу. Основной целью закупочной логистики является удовлетворение потребностей производства в материалах с максимально возможной экономической эффективностью.

## СУЩНОСТЬ И ЗАДАЧИ ЗАКУПОЧНОЙ ЛОГИСТИКИ

Значимым элементом логистической системы является подсистема закупок, организующая вход материального потока в логистическую систему. Любое предприятие, как производственное, так и торговое, в котором обрабатываются материальные потоки, имеет в своем составе службу, осуществляющую закупку, доставку и временное хранение предметов труда: сырья, полуфабрикатов, изделий народного потребления, — службу снабжения. Деятельность этой службы может быть рассмотрена на трех уровнях, так как служба снабжения одновременно является:

1. Элементом, обеспечивающим связи и реализацию целей логистической системы, в которую входит предприятие.

Как элемент логистической системы служба снабжения устанавливает хозяйственные связи с поставщиками, согласовывая связанные с поставкой товаров технико-технологические и экономические вопросы, а также вопросы планирования. Идея логистики — получение дополнительной прибыли от согласованности действий всех участников — требует, чтобы персонал службы снабжения добивался реализации целей собственного предприятия не как изолированного объекта, а как звена всей логистической макросистемы. Это означает, что служба снабжения, работая на собственное предприятие, в то же время должна преследовать цель повышения эффективности функционирования всей логистической системы. Собственное предприятие при таком подходе рассматривается как элемент всей логистической системы: улучшается положение всей системы — улучшается положение предприятия как ее элемента.

1. Элементом логистической системы, то есть одним из подразделений предприятия, обеспечивающим реализацию целей этого предприятия.

Служба снабжения, являясь элементом организовавшего ее предприятия, должна органически вписываться в микрологистическую систему, обеспечивающую прохождение материального потока в цепи «снабжение — производство — сбыт». Обеспечение высокой степени согласованности действий по управлению материальными потоками между службой снабжения и службами производства и сбыта является задачей логистической организации предприятия в целом. Современные системы организации производства и материально-технического оснащения обеспечивают возможность согласования и оперативной корректировки планов и действий снабженческих, производственных и сбытовых звеньев в масштабе предприятия с учетом постоянных изменений в реальном масштабе времени.

Цепь «снабжение — производство — сбыт» должна строиться на основе современной концепции маркетинга, то есть вначале должна разрабатываться стратегия сбыта, затем, исходя из нее, стратегия развития производства и уже затем стратегия снабжения производства. Научный инструментарий маркетинга, нацеленный на всестороннее исследование рынка сбыта, не содержит методов, позволяющих решать задачи технико-технологической согласованности с поставщиками в зависимости от соответствующих требований, выявленных при изучении рынка сбыта. Маркетинг не предлагает также и методов системной организации всех участников процесса продвижения материалов от первичного источника сырья вплоть до конечного потребителя. В этом плане логистика развивает маркетинговый подход к предпринимательской деятельности, нарабатывает методы, позволяющие реализовать концепцию маркетинга, существенно расширяет и дополняет саму концепцию.

1. Самостоятельной системой, имеющей элементы, структуру и самостоятельные цели.

Эффективность функционирования службы снабжения, возможность реализации перечисленных целей как на уровне предприятия, так и на уровне логистической макросистеме в существенной степени зависит от системной организации самой службы снабжения.

## СЛУЖБА ЗАКУПОК НА ПРЕДПРИЯТИИ

В соответствии с концепцией логистики в процессе обеспечения предприятия предметами труда должны иметь место мероприятия по реализации системного подхода к управлению материальными потоками в пределах самой службы снабжения.

Для обеспечения предприятия предметами труда необходимо решить задачи: что закупить; сколько закупить; у кого закупить; на каких условиях закупить.

Кроме того, необходимо выполнить следующие работы:

* + - 1. заключить договор;
      2. проконтролировать исполнение договора;
      3. организовать доставку;
      4. организовать складирование.

Что, сколько и у кого закупить — задачи непростые по своей природе. В России их решение осложнено тем, что в недавнем прошлом предприятия эти задачи в полном объеме зачастую не решали вообще, так как ресурсы распределялись.

*Рис. 1. Реализация функции снабжения в процессе работы различных подразделений предприятия*

**Генеральный директор**

**Дирекция по производству**

**Дирекция по закупкам**

**Производственные подразделения**

**Управление по закупкам**

**Управление по материальным ресурсам**

**Решение задач:**

* у кого закупить;
* на каких условиях закупить.

**Выполнение работ:**

* заключение договоров;
* контролирование исполнение договоров;
* организация доставки закупленных предметов труда.

**Решение задач:**

* что закупить;
* сколько закупить.

**Выполнение работ:**

* организация складирования закупленных предметов труда.

На рис.1 представлен вариант организационной структуры предприятия с распределением перечисленных выше задач между различными функциональными подразделениями. Как видим, задачи «что закупить» и «сколько закупить» решаются дирекцией по производству. Здесь же выполняются и работы по складированию закупленных предметов труда.

Задачи «у кого» и «на каких условиях закупить» решаются дирекцией по закупкам. Здесь же выполняются и перечисленные работы по снабжению, то есть заключаются договоры, контролируется их исполнение, организуется доставка закупленных предметов труда. В результате функция управления материальным потоком в процессе снабжения предприятия сырьем и материалами разделена между различными службами, и ее эффективная реализация затруднена.

Другой вариант, представленный на рис. 2, предполагает сосредоточение всех функций снабжения предприятия в одних руках, например, в дирекции по материально-техническому снабжению. Такая структура создает широкие возможности логистической оптимизации материального потока на стадии закупок предметов труда.

*Рис. 2. Реализация функции снабжения в процессе работы одного подразделения предприятия*

**Генеральный директор**

**Дирекция по материально-техническому снабжению**

**Дирекция по производству**

**Основное производство**

**Склады**

**Управление запасами**

**Закупки**

**Решение задач:**

* у кого закупить;
* на каких условиях закупить.

**Выполнение работ:**

* заключения договоров;
* контроль за исполнением договоров;
* организация доставки товаров.

**Выполнение работ:**

* Организация складирования закупленных предметов труда.

**Решение задач:**

* что закупить;
* сколько закупить.

## ЗАДАЧА «СДЕЛАТЬ ИЛИ КУПИТЬ»

Задача «сделать или купить» заключается в принятии одного из двух альтернативных решений — делать комплектующее изделие самим (если это в принципе возможно) или же покупать у другого производителя. В англоязычной литературе эта задача встречается под названием Make-or-Buy Problem (задача «сделать или купить») или сокращенно — задача MOB, решение которой зависит от ряда внешних факторов, а также от условий на самом предприятии.

Самостоятельное производство комплектующих снижает зависимость предприятия от колебаний рыночной конъюнктуры. Предприятие может устойчиво функционировать вне зависимости от складывающейся на рынке ситуации.

В то же время высокое качество и низкую себестоимость комплектующих скорее обеспечит производитель, который специализируется на их выпуске. Кроме того, закупая товарные ресурсы у посредника, предприятие, как правило, имеет возможность приобрести широкий ассортимент относительно небольшими партиями, в результате чего сокращается потребность в запасах, складах, уменьшается объем договорной работы с изготовителями отдельных позиций ассортимента. Поэтому, отказываясь от собственного производства и принимая решение о закупке комплектующих у специализированного поставщика, предприятие получает возможность поднять качество и снизить себестоимость, однако попадает при этом в зависимость от окружающей экономической среды. Риск потерь, обусловленный ростом зависимости, будет тем ниже, чем выше надежность поставок и чем более развиты в экономике логистические связи. Таким образом, чем выше степень развития логистики в обществе, тем «спокойнее» предприятие отказывается от собственного производства комплектующих и перекладывает эту задачу на специализированного производителя.

Вне зависимости от ситуации во внешней среде на самих предприятиях могут действовать факторы, обусловливающие отказ от собственного производства. Решение в пользу закупок комплектующих и, соответственно, против собственного производства должно быть принято в случае, если:

* потребность в комплектующем изделии невелика;
* отсутствуют необходимые для производства комплектующих мощности;
* отсутствуют кадры необходимой квалификации.

Решение против закупок и в пользу собственного производства принимается в том случае, когда:

* + потребность в комплектующих изделиях стабильна и достаточно велика;
  + комплектующее изделие может быть изготовлено на имеющемся оборудовании.

## ЗАДАЧА ВЫБОРА ПОСТАВЩИКА

После того как решена задача «делать или покупать» и предприятие определило, какое сырье и какие материалы необходимо закупить, решают задачу выбора поставщика. Перечислим и охарактеризуем основные этапы решения этой задачи.

### *1. Поиск потенциальных поставщиков.*

При этом могут быть использованы следующие методы:

* объявление конкурса;
* изучение рекламных материалов: фирменных каталогов, объявлений в средствах массовой информации и т.п.;
* посещение выставок и ярмарок;
* переписка и личные контакты с возможными поставщиками.

В результате перечисленных мероприятий формируется список потенциальных поставщиков, который постоянно обновляется и дополняется.

### *2. Анализ потенциальных поставщиков*.

Составленный перечень потенциальных поставщиков анализируется на основании специальных критериев, позволяющих осуществить отбор приемлемых поставщиков. Количество таких критериев может составлять несколько десятков. Однако зачастую ограничиваются ценой и качеством поставляемой продукции, а также надежностью поставок, под которой понимают соблюдение поставщиком обязательств по срокам поставки, ассортименту, комплектности, качеству и количеству поставляемой продукции.

К другим критериям, принимаемым во внимание при выборе поставщика, относят следующие:

* удаленность поставщика от потребителя;
* сроки выполнения текущих и экстренных заказов;
* наличие резервных мощностей;
* организацию управления качеством у поставщика;
* психологический климат у поставщика (возможности забастовок);
* способность обеспечить поставку запасных частей в течение всего срока службы поставляемого оборудования;
* финансовое положение поставщика, его кредитоспособность и др.

В результате анализа потенциальных поставщиков формируется перечень конкретных поставщиков, с которыми проводится работа по заключению договорных отношений.

### *3. Оценка результатов работы с поставщиками.*

На выбор поставщика существенное влияние оказывают результаты работы по уже заключенным договорам. Для этого разрабатывается специальная шкала оценок, позволяющая рассчитать рейтинг поставщика. Перед расчетом рейтинга необходимо выполнить дифференциацию закупаемых предметов труда.

Закупаемые товары, сырье и комплектующие изделия, как правило, неравнозначны с точки зрения целей производственного или торгового процесса. Отсутствие некоторых комплектующих, требующихся регулярно, может привести к остановке производственного процесса (равно как и дефицит некоторых то­варов в торговле — к резкому падению прибыли торгового предприятия). Главным критерием при выборе поставщика данной категории предметов труда будет надежность поставки.

Если закупаемые предметы труда не являются значимыми с точки зрения производственного или торгового процесса, то при выборе их поставщика главным критерием будут служить затраты на приобретение и доставку.

Вступая в хозяйственную связь с неизвестным поставщиком, предприятие подвергается определенному риску. В случае несостоятельности или недобросовестности поставщика у потребителя могут возникнуть срывы в выполнении производственных программ или же прямые финансовые потери. Возмещение понесенных убытков наталкивается, как правило, на определенные трудности. В связи с этим предприятия изыскивают различные способы, позволяющие выявлять ненадлежащих поставщиков, например, западные фирмы нередко прибегают к услугам специализированных агентств, готовящих справки о поставщиках, в том числе и с использованием неформальных каналов. Эти справки могут содержать следующую информацию о финансовом состоянии поставщика:

* отношение ликвидности поставщика к сумме долговых обязательств;
* отношение объема продаж к дебиторской задолженности;
* отношение чистой прибыли к объему продаж;
* движение денежной наличности;
* оборачиваемость запасов и др.

Отечественные предприятия при выборе поставщика в настоящее время в основном полагаются на собственную информацию. При этом на предприятии, имеющем много поставщиков, может быть сформирован список хорошо известных, заслуживающих доверия поставщиков. Утверждение договоров с этими поставщиками, разрешение предварительной оплаты намеченной к поставке продукции осуществляются по упрощенной схеме. Если же намечается заключение договора с поставщиком, отсутствующим в названном списке, то процедура утверждения и оплаты усложняется проведением необходимых мероприятий, обеспечивающих безопасность финансовых и других интересов предприятия.

## СИСТЕМА ПОСТАВОК «ТОЧНО В СРОК»

Система поставок «Точно в срок» (система ТВС) — это философия и в то же время технические приемы. Система основана на том, что в звено логистической системы не должно поступать никаких материалов, пока в этом звене не возникнет острой необходимости в этих материалах, например, доставка к моменту монтажа или непосредственно в торговый зал магазина.

Сущность системы «Точно в срок» заключается в том, что спрос на любом участке цепи определяется спросом, предъявленном в конце ее. Пока нет спроса в конце цепи, продукция не производится и не накапливается, не заказываются и не накапливаются комплектующие.

Противоположностью данной системы является накапливание запасов в ожидании спроса.

Общепринятое определение гласит, что система поставки «Точно в срок» — это система производства и поставки комплектующих или товаров к месту производственного потребления или к моменту продажи в торговом предприятии в требуемом количестве и в нужное время.

Так как контроль качества у потребителя при системе поставки ТВС не предусмотрен, эту функцию должен взять на себя поставщик. В этих условиях наличие некачественных изделий в поставляемой партии недопустимо.

Отношения между поставщиком и покупателем, позволяющие применять систему поставок ТВС, должны носить характер длительной хозяйственной связи и строиться на долгосрочных контрактах. Лишь тогда можно достичь согласованности в вопросах совместного планирования, достичь необходимого уровня технико-технологической сопряженности, научиться находить экономические компромиссы.

Так как система ТВС предусматривает работу потребителей с гораздо более низким запасом, чем в условиях традиционного снабжения, повышаются требования к надежности всех участников логистического процесса, в том числе и к транспортникам. Поэтому предпочтение отдается не перевозочным тарифам (как в условиях традиционного снабжения), а перевозчику, способному гарантировать надежность соблюдения сроков доставки.

Применение системы ТВС позволяет резко сократить запасы (производственные и товарные), потребность в складских мощностях, в персонале.

## МЕТОД БЫСТРОГО РЕАГИРОВАНИЯ

Этот метод разработан в результате развития философии «Точно в срок» и представляет собой метод планирования и регулирования поставок товаров на предприятия производства или торговли, в основе которого лежит логистическое взаимодействие между предприятием — потребителем продукции, его поставщиками и транспортом. Суть метода раскрыта в его названии: быстрая реакция логистической системы на возникший на рынке спрос. Если поставщиком является производственное предприятие, то оно должно иметь возможность оперативно перестраивать производство на выпуск нужной потребителю продукции. Поставщик должен иметь возможность быстрого доступа к информации о реальном спросе, который предъявляет потребителю рынок. Решение о поставке товара на предприятие торговли предприятием-поставщиком принимается тогда, когда достаточно высока вероятность возникновения реальной потребности в товаре данного вида. Передача заказа и поставка товаров должны осуществляться без каких-либо задержек.

## ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ЗАКУПОК

Грамотное ведение закупочных операций требует отдельных знаний основ хозяйственного права, касающихся заключения контракта как основы закупок, поставки товаров и их оплаты.

Договор купли-продажи содержит комплекс условий по правам и обязательствам сторон.

1. Предмет контракта включает наименование, количество и краткое описание товаров, базисные условия поставки. Если договором предусмотрена поставка товаров разных качественных характеристик или разного ассортимента, то они перечисляются в спецификации, прилагаемой к договору.

2. Цена и общая сумма контракта. Одним из факторов, влияющих на цену товара, является применяемое базисное условие договора купли-продажи.

В договорах купли-продажи могут применяться различные цены:

* твердая (фиксированная) цена, вносится в контракт на переговорах и не подлежит изменению в ходе его исполнения. Данный способ фиксации цены больше подходит для краткосрочных сделок (1-1,5 года);
* цена с последующей фиксацией (плавающая цена), которая прямо не указывается в контракте. В этом случае описывается способ установления цены в будущем на момент исполнения контракта. Например, может быть предусмотрено установление контрактных цен по уровню биржевых котировок на день поставки или платежа;
* скользящая цена, предусматривающая фиксацию исходной цены в контракте, которая в течение исполнения соглашения может измениться по согласованному сторонами методу при изменении цен на комплектующие или на рабочую силу.

3. Условия платежа. В современной торговле все расчеты за оптовые товарные поставки осуществляются в безналичной форме между банками продавца и покупателя по их письменным инструкциям и приказам.

В данной статье договора устанавливаются: вид валюты платежа, способ и порядок расчетов за поставленный товар, сроки и место платежа, перечень документов, представляемых к оплате, защитные меры против необоснованной задержки платежа либо других нарушений платежных условий контракта.

4. Сроки поставки. Под сроком поставки понимается момент, когда продавец обязан передать товар в собственность покупателю. Определенное в договоре количество товара может быть поставлено единовременно или по частям. Срок поставки может быть установлен определением календарного дня поставки или определением периода, в течение которого должна быть произведена поставка.

5. Транспортные условия контрактов. Данный раздел договора купли-продажи наиболее важен для перевозчика, так как определяет условия обработки транспортного средства в месте погрузки или выгрузки в зависимости от базисных условий.

6. Страхование. Все договоры купли-продажи сопровождаются страхованием. В зависимости от условий договора эта обязанность лежит либо на продавце, либо на покупателе. Если же формой сделки такая обязанность не оговорена, то сторона, которая несет риск утраты или повреждения товара в процессе транспортировки, сама заинтересована в его страховании. В договоре стороны должны предусмотреть ответы на следующие вопросы: какой груз подлежит страхованию, от каких рисков, какая из сторон осуществляет страхование и в чью пользу оно производится, на каких условиях происходит страхование.

Помимо вышеперечисленных основных условий в договор купли-продажи могут быть включены следующие условия: гарантии и рекламации, ответственность сторон, штрафные санкции, порядок урегулирования споров, форс-мажорные обстоятельства и др.

## ВЫВОД

Основной целью закупочной логистики является удовлетворение потребностей производства в материалах с максимально возможной экономической эффективностью. Любое предприятие, как производственное, так и торговое, в котором обрабатываются материальные потоки, имеет в своем составе службу, осуществляющую закупку, доставку и временное хранение предметов труда: сырья, полуфабрикатов, изделий народного потребления, — службу снабжения. Грамотное ведение закупочных операций требует отдельных знаний основ хозяйственного права, касающихся заключения контракта как основы закупок, поставки товаров и их оплаты.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. А.М. Гаджинский. Закупочная логистика./"Справочник экономиста" №12 2007г, http://www.profiz.ru
2. Щербанин Ю.А. Основы логистики./ Изд-во Юнити, 2007г.
3. Иванова М.Б. Учебное пособие./ Изд-во РИОР, 2005г. http://www.aup.ru
4. T.В. Алесинская. Основы логистики. Общие вопросы логистического управления./ Учебное пособие. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2005г. http://www.aup.ru