

СЕКЦІЯ 3. ЗАКУПІВЛІ ТА ПРОДАЖІ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

Планування та організація закупівель торговими компаніями

Вікторія Чирва

*здобувачка освітньої програми «Маркетинг»,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: ChyrvaVN@krok.edu.ua*

Віктор Алькема

*доктор економічних наук, професор,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: Alkema@krok.edu.ua,
ORCID: 0000-0001-5997-7076*

Актуальність роботи: Закупівельні процеси є важливою складовою діяльності будь-якої торгової компанії, яка має за мету отримати необхідні товари та послуги за оптимальними умовами для задоволення потреб споживачів. У зв'язку із зростанням конкуренції та ринковими умовами які швидко змінюються, ефективно планування та організація закупівель стає все більш важливою та складною проблемою для торгових компаній, які слід оперативно і ефективно вирішувати.

Об'єктом цього дослідження є закупівельні процеси торгових компаній та алгоритми їх здійснення.

Предметом дослідження є теоретико-методичні та науково-практичні аспекти планування та організації закупівель торговими компаніями в сучасних умовах.

Метою дослідження є аналіз сучасних підходів та методів планування й організації закупівель торговими компаніями з метою забезпечення ефективного та оптимального використання ресурсів та раціональності процесів їх залучення та використання.

Інформаційною базою дослідження були фахові наукові статті, монографії, публікації у науково-прикладних журналах, аналітичні звіти, офіційні документи тощо.

Значущість результатів дослідження: Результати дослідження про планування та організацію закупівель торговими компаніями мають велике науково-прикладне значення. В процесі цього дослідження було з'ясовано сучасні підходи та методи управління закупівлями, та визначено чинники врахування яких, дозволяє розробляти більш ефективні стратегії управління у сфері оптовою та роздрібною торгівлі. Результати дослідження можуть бути корисними для вдосконалення практичної діяльності торгових компаній, забезпечення їх конкурентоспроможності та збільшення прибутковості.

Встановлено, що планування та організація закупівель є важливим елементом діяльності торгових компаній. Ці процеси включають у себе як

правило такі основні стадії:

- визначення потреб – передбачає аналіз закупівель минулого року та збір заявок із структурних підрозділів підприємства. Важливим елементом планування є розробка стратегії закупівель, яка визначає напрямки розвитку закупівельної діяльності, вибір постачальників та умови договорів.

- визначення основних параметрів закупівель – передбачає визначення предметів закупівель, визначення очікуваної вартості закупівлі та визначення процедури закупівлі. Для цього необхідно аналізувати потреби компанії та спілкуватися з відповідальними особами у різних підрозділах компанії.

- затвердження річного плану тендерним комітетом або уповноваженою особою. В процесі затвердження плану, необхідно враховувати бюджет компанії, попередні договори з постачальниками та інші фактори, що можуть вплинути на процес закупівлі.

- публікація річного плану. Опублікований план дозволяє постачальникам попередньо оцінити, які товари/послуги будуть потрібні компанії та підготуватися до участі у тендерах [1].

Існує низка чинників зовнішнього середовища, які впливають на закупівельну діяльність торговельного підприємства[2]:

- тенденції та напрямки у споживанні товарів;
- обсяг та структура платоспроможного попиту населення;
- характер господарських зв'язків між виробництвом і торгівлею;
- розвиток зовнішньоекономічних зв'язків;
- рівень розвитку транспортних зв'язків;
- стан товарних запасів та їх параметри;
- фінансові ресурси й їх достатність;
- рівень розвитку складського господарства;
- стан вітчизняного виробництва товарів народного споживання.

Основною проблемою планування та організації закупівель торговими компаніями є недостатня чіткість визначення потреб підприємства в закупівлях, що може призвести до неправильного вибору товарів і послуг, а також до переплати за них. Цю проблему можна вирішити за допомогою визначення чітких критеріїв та процедур для визначення потреб підприємства в закупівлях, що дозволить уникнути неправильного вибору товарів і послуг та їх надмірного замовлення.

Під час організації закупівель важливо враховувати потреби компанії, а також ефективно взаємодіяти з постачальниками. Для цього необхідно вибрати найбільш ефективний метод закупівель та встановити оптимальні умови договору для кожного асортименту закупівель.

Важливим елементом управління закупівлями є контроль за виконанням умов договорів, що дозволяє забезпечити якість товарів та послуг та уникнути можливих ризиків. Для цього важливим є встановлення системи контролю за процесом закупівель та дотриманням встановлених процедур, що забезпечить дотримання умов договорів, дотримання законодавства та запобігання штрафних

санкцій.

Таким чином, планування та організація є фундаментальними функціями у сфері закупівельної діяльності торговельних підприємств. Для підвищення ефективності закупівель, цими підприємствами важливо ретельно аналізувати ринок та конкуренцію, вибирати надійних та досвідчених постачальників, а також дотримуватися вимог законодавства про закупівлі. Необхідно також узгоджувати закупівлі з іншими відділами підприємства, такими як виробництво, логістика та фінанси.

Ключові слова: закупівлі; планування; методи планування закупівель; організація; принципи організації закупівель.

Список використаних джерел

1. Українська універсальна біржа. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://infobox.prozorro.org/articles/planuvannya-zakupivelnoji-diyalnosti>.

2. Лайсонс К., Джиллингем М. Управление закупочной деятельностью и цепью поставок. Москва, 2006. 798 с.