

Література

1. Алькема В. Г. Логістика: теорія та практика: навч. посібник/ В. Г. Алкена, О. М. Сумець. – К.: ВД «Професіонал», 2007. – 216 с.
2. Білоцерківський О. Б. Логістика : навч. посіб. для студ. екон. спец. / О. Б. Білоцерківський, П. В. Брінь, О. О. Замула, Н. В. Ширяєва ; Нац. техн. ун-т "Харк. політехн. ін-т". - Х.: НТУ "ХПІ", 2010. - 152 с.
3. Логістика: теорія і практика: навч. посібник / А. С. Даниленко, О. М. Варченко, О. В. Шубравська та ін. – К.: «Хай-Тек Прес», 2010. – 408 с.
4. Крикавський Є. В. Логістичні системи: навч. посібник / Є. В. Крикавський, Н. В. Чернописька. – Львів: Видавництво національного університету «Львівська політехніка», 2009. - 264 с
5. Bowersox D.J., Closs D.J. Logistical Management / The Integrated Supply Chain Process. – The McGraw, New York, 1996

УДК: 658.7:005.21

Анастасія Швець

*здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти**

ОПП «Комерційна діяльність і логістика»

Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана, Україна

gllvch@ukr.net

ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗАКУПІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

THE FUNDAMENTALS OF FORMING THE STRATEGY OF PURCHASING ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE

Анотація. На основі актуальної наукової літератури з теми проаналізовано особливості формування ефективної стратегії закупівельної діяльності підприємства, виділено основні етапи формування такої стратегії, наведено різноманіття методів закупівель та їхні особливості. Також наголошено на ефективності сфери закупівель для будь-якого підприємства.

Ключові слова: стратегія підприємства, закупівельна діяльність, формування закупівельної стратегії.

Abstract. On the basis of current scientific literature on the topic, the features of the formation of an effective strategy of the enterprise's procurement activity are analyzed, the main stages of the formation of such a strategy are highlighted, the variety of procurement methods and their features are given. The effectiveness of procurement for any enterprise is also emphasized.

Key words: enterprise strategy, procurement activity, formation of a procurement strategy.

Розвиток ринкових відносин в країні супроводжується широким відродженням реалізації стратегії закупівельної діяльності.

У сучасних умовах перед закупівельною діяльністю постають нові виклики, що характеризуються серйозними змінами, за яких діяльність учасників відбувається на основі засад рівноправ'я, господарської самостійності, строгої фінансової та матеріальної відповідальності за виконання взятих зобов'язань.

Закупівельна діяльність наразі виконує роль сукупності процесів, що пов'язані з управлінням нею, її підтримкою, а також її ключових процесів. Поглиблений підхід до реалізації стратегії закупівельної діяльності змушує створювати спеціальну організаційну

* **Науковий керівник:** Олександр Дима, д.е.н., доцент, заступник декана факультету маркетингу, професор кафедри комерційної діяльності та логістики
Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана, Україна

структуру, яка забезпечує здійснення закупівельних операцій, стверджують такі автори як: М. В. Мальчик, К. І. Радченко.

Наукові аспекти даного дослідження сформовані на основі вивчення, переосмислення, аналізу теоретичних і методологічних розробок як вітчизняних, так і зарубіжних вчених з проблем організації реалізації стратегії закупівельної діяльності. Теоретичну, методичну та практичну базу для отриманих результатів аналізу склали праці класиків економічної науки, фундаментальні роботи вітчизняних і зарубіжних вчених, що розкривають проблеми ефективності реалізації стратегії закупівельної діяльності, її аналізу та оцінки, а також матеріали наукових конференцій та інші джерела з питань реалізації стратегії закупівельної діяльності підприємства.

У своїх роботах вчені (О. А. Бай, Л. С. Безугла, В. Г. Горняк) визначають стратегію закупівельної діяльності як план діяльності служби закупівель, який призначений для досягнення заданих цілей та вирішення поставлених завдань.

Вибір правильної стратегії закупівель, будучи частиною стратегічного управління компанії, дозволяє їй мінімізувати свої витрати та підвищити конкурентоспроможність.

Закупівельна група – це організація (об'єднання юридичних чи фізичних осіб), ціль якої здійснення масштабних закупівель в інтересах учасників групи.

Закупівельні служби підприємства у своїй роботі повинні орієнтуватися на дотримання наступних правил: формування відносин господарюючих суб'єктів на взаємовигідних основах, збільшення важливості договорів поставки, дотримання договірної дисципліни, підтримка стабільних прямих господарських зв'язків, посилення їх ефективності, посиленій захист інтересів споживачів, гарантування їх пріоритету, економічного обґрунтування потреби в товарах, ведення роботи з вивчення попиту, покращення механізмів управління товарними ресурсами, формування конкурентоспроможного асортименту, попитом і пропозицією, стимулювання закупівельної діяльності товарів, надання додаткових послуг, сервісне обслуговування.

Зміст та параметри стратегії розвитку закупівельної групи значною мірою визначають позиції її провідних стейкхолдерів, що є зацікавленими сторонами. Підтримка зв'язку із стейкхолдерами – це невід'ємна складова стратегічного процесу, який має на меті вироблення і реалізацію ділової стратегії закупівельної групи [5].

Закупівельна діяльність має певну спрямованість й організовується для досягнення поставлених цілей, які називають цілями функціонування. Являючись атрибутом ринку, комерція формується на його принципах, які слугують неодмінною умовою її розвитку.

Зараз у нашій країні діє воєнний стан, тому уповноважені особи не впевнені у проведенні закупівельних процедур, які вони зазвичай здійснюють згідно з річним планом.

ЗУ «Про публічні закупівлі» продовжує діяти. Постанова КМУ від 28.02.2022 №169 «Деякі питання здійснення оборонних та публічних закупівель товарів, робіт і послуг в умовах воєнного стану» встановлює, що поки в країні діє воєнний стан, проведення оборонних та публічних закупівель товарів, послуг та робіт здійснюється не застосовуючи закупівельні процедури та спрощені закупівлі, які визначаються Законом та ЗУ «Про оборонні закупівлі».

Відповідно до Закону закупівельні процедури та спрощені закупівлі, які замовник не затвердив у переліку обсягів закупівлі товарів, послуг та робіт, повинні здійснюватися відповідно до порядку та способу, який визначається цим Законом. Станом на березень 2022 рік жодним із нормативно-правових актів не встановлюється обов'язок проведення публічних закупівель відповідно до Постанови №169.

Важливим є розуміння того факту, що зараз може простежуватися обмеженість і ресурсів, і можливостей їх постачати. Тому кожна уповноважена особа повинна мати розумний підхід до проведення певних закупівельних процедур, з огляду на ті обставини, що виникають.

Замовник повинен розрізняти заплановані закупівлі з огляду на наявну потребу. У разі виявлення нетермінових та не надзвичайно необхідних закупівель, з їх проведенням краще

почекати та провести, коли воєнний стан скасують. Якщо замовник вже оприлюднив план закупівель в електронній торговій системі, то до нього можна внести зміни чи скасувати.

Головною метою уповноваженої особи є забезпечення життєдіяльності підприємства, зокрема це стосується купівлі товарів, послуг та робіт під час дії воєнного стану.

Варто наголосити, що основною метою закупівельної діяльності в умовах ринково орієнтованої економіки є одержання прибутку. Прибуток потрібен для задоволення певних потреб, вирішення поставлених завдань, досягнення намічених цілей, забезпечення інноваційного розвитку.

Стратегія закупівельної діяльності підприємства включає в себе кілька етапів: оцінка стану справ у поточний період (ситуаційний аналіз), визначення напрямку розвитку бізнесу (постановка задач), складання плану визначених цілей (стратегічне управління, планування), організація заходів з виконання планів (організаційний етап), перевірка досягнутих результатів, а у випадку їх відсутності – виявлення причин (контроль).

Закупівельний процес починається з моменту, коли товар здійснює перехід зі сфери виробництва до сфери товарного обігу, звідки він потрапляє до сфери споживання.

Вибір методу закупівель є значним ступенем закупівельної діяльності і залежить від таких характеристик, як складність та особливість кінцевого виробленого продукту, рівень коштів, виділених на формування та утримання запасів, обсягу та величини партії закупівлі. Вибраний метод закупівель впливає на швидкість оборотності запасів та капіталу підприємства, рівень витрат – на закупівлю ресурсів, оформлення замовлень, зберігання запасів.

Існує п'ять основних методів закупівлі матеріальних ресурсів. Оптові закупівлі означають постачання ресурсів однією великою партією. Регулярні закупівлі дрібними партіями є замовлення, яке приходить на підприємство кількома партіями. Регулярні закупівлі за котирувальними відомостями використовуються при закупівлі недорогого товару, який швидко йде у виробництво. Для виявлення потреби у ресурсах систематично складаються котирувальні відомості, які містять повний перелік товарів, кількість товару на складі, необхідну кількість товарів. Метод отримання товарів у міру необхідності схожий з методом регулярних постачань товарів, але для нього характерні такі особливості: кількість ресурсів не встановлюється, а визначається приблизно; постачання кожної партії відбувається за погодженням із замовником. Закупівля товару з негайною здачею застосовується для ресурсів, що рідко використовуються, коли немає можливості отримувати їх у міру необхідності. Матеріальні ресурси замовляються в міру вимоги та вивозяться зі складів постачальників на склади замовника.

В умовах сильної конкуренції і все меншої місткості ринків для успіху підприємства вирішальною є ефективність сфери закупівель. Сучасні підприємства, що визначають світові тенденції, надають політиці закупівель стратегічну роль і намагаються знайти оптимальні рішення у цій сфері. Особливо ці питання актуалізуються в умовах фінансової кризи, оскільки підприємства, які обминатимуть у своїй діяльності раціоналізацію закупівельних процесів, опиняться в особливо невігідному положенні та стануть не конкурентоздатними.

Література

1. Бай О. А. Управління закупівельною діяльністю підприємства на основі моделювання його функціонування у відкритій системі. Економічний вісник НГУ. 2011. № 1. С. 125-131.
2. Безугла Л. С. Маркетинг закупівель : навч. посіб. Дніпро : Видавець Біла К. О., 2019. 240 с.
3. Вишневіська О.А., Волошина А. О. Планування та організація закупівель товарів споживчого призначення торговим підприємством. Вісник ХДУ Серія Економічні науки. 2019. № 34. С. 50-53.
4. Горник В. Г. Пріоритети державної стратегії забезпечення конкурентоспроможності економіки України. Інвестиції: практика та досвід. Чорноморський національний університет імені Петра Могили: ТОВ ДКС Центр, 2011. № 7. С. 72–75.
5. Ляденко Т.В. Глобалізаційні передумови формування стратегічних орієнтирів конкурентної політики підприємств України. East European Scientific Journal. Warsaw, Poland. Східно-європейський науковий журнал № 44, Варшава, Польща, 2019. с.43-49