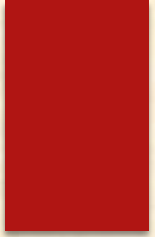




Лекція. Закупівельна ЛОГІСТИКА

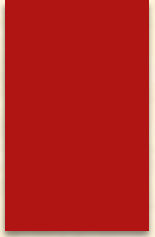


Закупівельна логістика — це управління матеріальними потоками в процесі забезпечення підприємства матеріальними ресурсами.

Метою закупівельної логістики є адекватне і повне задоволення потреб виробництва в матеріалах з максимально можливою економічною ефективністю.



- ▶ **Функція закупівельної діяльності виділяється підприємством, яке споживає товар і являє собою процес управління вхідними матеріальними потоками з метою задоволення потреб виробництва в матеріалах потрібної якості по мінімальних цінах.**



Завдання закупівельної логістики, які сприяють забезпеченню мети, полягають у:

- ▶ дотриманні основних строків закупівлі сировини і комплектуючих;
- ▶ забезпечення точної відповідності між кількістю та обсягами фактичних поставок і потребою в них;
- ▶ дотримання вимог виробництва щодо якості сировини і матеріалів.

ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ПОСТАЧАННЯ МАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ

1-й варіант:



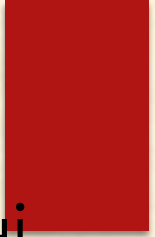
Рис 1.1. Структура організації функції постачання двома різними підрозділами підприємства

ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ПОСТАЧАННЯ МАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ

2-й варіант:



Рис. 1.2. Структура організації функції постачання одним підрозділом



Одна із **основних проблем** в управлінні закупівлями матеріальних ресурсів — **ВИБІР ПОСТАЧАЛЬНИКА.**

Основні етапи вирішення цього завдання:

- 1. Пошук потенційних постачальників.**
- 2. Аналіз потенційних постачальників.**
- 3. Оцінка результатів роботи з постачальниками.**

1. Пошук потенційних постачальників:

- 1.Оголошення конкурсу (тендера);**
- 2. Вивчення рекламних матеріалів: каталогів фірм, оголошень у засобах масової інформації, мережі інтернет тощо;**
- 3. Відвідування виставок і ярмарків;**
- 4. Листування і особисті контакти з можливими постачальниками**

Види постачальників:

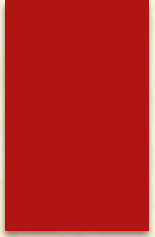
1. Виробник товару;
2. Дистриб'ютори та дилери;
3. Дропшиппери

2. Аналіз потенційних постачальників:

Складений перелік потенційних постачальників аналізується за спеціальними критеріями добору прийнятних постачальників. Таких критеріїв може бути кілька десятків, що не обмежуються **ціною** та **якістю продукції**, яку постачають. Можна назвати ще чимало суттєвих критеріїв вибору постачальника, не менш важливих для підприємства.

Критерії оцінки і добору генераторів матеріальних потоків залежать від вимог споживчої логістичної системи і можуть бути різні:

- **надійність постачання;**
- **віддаленість постачальника від споживача;**
- **терміни виконання замовлень;**
- **періодичність постачань;**
- **умови оплати;**
- **мінімальний розмір партії товару;**
- **можливість отримання знижки тощо.**



Основним документом, що регулює взаємини по закупівлях і поставкам матеріальних ресурсів, є **ДОГОВІР ПСТАВКИ** (угода, за якою постачальник зобов'язується сформулювати й направити відповідний матеріальний потік , а споживач — прийняти й оплатити цю продукцію).

3. Оцінка результатів роботи з постачальниками.

Для оцінки вже відомих постачальників часто використовують:

- 1) методику ранжування;
- 2) ABC-аналіз постачальників.

Методика ранжування полягає в таких діях, як:

- 1) **оцінка значимості окремих критеріїв**, за якими планується вибрати постачальника. Для цього обирають експертів (це можуть бути керівники підприємства або спеціалісти із постачання, виробництва). Кожному експерту пропонують (незалежно і таємно від інших експертів) встановити коефіцієнт значимості кожного критерію в межах від 0 до 1 (можуть бути встановлені межі значень коефіцієнтів від 1 до 5, чи від 1 до 10 тощо). Коефіцієнти значимості критеріїв, установлені експертами, проставляють у таблицю визначеної форми і потім в останньому стовпчику підраховують комплексну оцінку як суму коефіцієнтів значимості за кожним критерієм;
- 2) **оцінка постачальників** відповідно до значимості встановлених критеріїв. На основі історії роботи з постачальником виставляється оцінка за кожним критерієм (за десятибальною шкалою), після чого шляхом множення отриманих оцінок на значимість відповідних критеріїв і наступного додавання отриманих результатів розраховується рейтинг постачальника.

Таблиця 3. Приклад розрахунку рейтингу постачальника

Критерій вибору постачальника	Значущість критерію	Оцінка постачальника 1 за цим критерієм	Оцінка постачальника 2 за цим критерієм	Добуток значимості за цим критерієм (постачальник 1)	Добуток значимості за цим критерієм (постачальник 2)
1. Ціна	0,25	8	7	2,0	1,75
2. Якість товару	0,2	7	8	1,4	1,6
3. Надійність постачання	0,15	5	3	0,75	0,45
4. Умови платежу	0,15	6	4	0,9	0,6
5. Повнота асортименту	0,1	10	8	1,0	0,8
6. Віддаленість постачальника	0,1	9	9	0,9	0,9
7. Сервісне обслуговування	0,05	4	10	0,2	0,5
Разом	1,00			7,15	6,6

ABC-аналіз постачальників

Класифікація постачальників за методом ABC здійснюється за такою схемою:

1. Добирається інформація про річний обіг кожного постачальника.
2. Розміри обігів записуються за спадною послідовністю.
3. Розраховується частка обігу кожного постачальника у відсотках від загального обігу.
4. Знаходяться акумульовані значення обігу постачальників у відсотках.

Як правило, розрізняють три групи постачальників.

А-постачальники — ті, з якими підприємство здійснює приблизно 75 %, обігу, такий обіг дають приблизно 5 % постачальників.

В-постачальники (20 %) дають переважно 20% обігу.

Для **С-постачальників** (75 %) обіг становить приблизно 5 %.

Таблиця 4. Приклад ABC-аналізу постачальників

ABC-аналіз даних стосовно постачальників

Поста- чальники	Обіг, тис. грн.	Частка у загальному обігу, %	Обіг кумулятив- ний, %	Група
1	2300	41,8	41,8	A
2	1845	33,6	75,4	
3	510	9,3	84,7	B
4	345	6,3	91,0	
5	260	4,7	95,7	
6	90	1,6	97,3	C
7	75	1,4	98,7	
8	45	0,8	99,5	
9	23	0,4	99,9	
10	7	0,1	100,0	
Сума	5500	100,0	-	

Визначення економічного розміру замовлення

В основі визначення партії постачання в закупівельній логістиці використовують показник **оптимального (економічного) розміру замовлення**. Цей показник виражає потужність матеріального потоку, спрямованого постачальником за замовленням споживача і який забезпечує для останнього мінімальне значення суми двох логістичних складових: транспортно-заготівельних витрат і витрат на формування і збереження запасів.

Економічний розмір замовлення (economic order quantity — EOQ) визначається за формулою, отриманою Ф. У. Харрісом. Однак у теорії управління запасами вона більш відома як формула Вілсона:

$$EOQ = \sqrt{\frac{2C_0S}{C_1U}}$$

де EOQ — економічний розмір замовлення, од.; C_0 — витрати на виконання замовлення, грн.; C_1 — закупівельна ціна одиниці товару, грн.; S — річний обсяг продажів, од.; U — частка витрат зберігання в ціні одиниці товару.

Приклад визначення економічного розміру замовлення

Знайдемо економічний розмір замовлення за таких умов: згідно з даними обліку вартість подання одного замовлення становить 200 грн, річна потреба в комплектуючому виробі — 1550 шт., ціна одиниці комплектуючого виробу — 560 грн, вартість зберігання комплектуючого виробу на складі дорівнює 20 % його ціни. Визначити оптимальний розмір замовлення на комплектуючий виріб.

Тоді економічний розмір замовлення дорівнюватиме:

$$EOQ = \sqrt{\frac{2 \cdot 200 \cdot 1550}{0,2 \cdot 560}} = 74,402 \text{ од.}$$

Щоб уникнути дефіциту комплектуючого виробу, можна округлити оптимальний розмір замовлення у більший бік. Таким чином, оптимальний розмір замовлення на комплектуючий виріб становитиме 75 шт.

Отже, протягом року потрібно розмістити 21 (1550/75) замовлення.