

## Тема лекции 12. Организация и технология закупок товаров у поставщиков

1. Организация и технология закупок товаров у поставщиков
2. Коммерческие операции и их характеристика
3. Закупка товаров на оптовых ярмарках

1. На поведение предприятия-покупателя оказывают влияние как маркетинговые факторы (товар, распределение, цена, продвижение) так и целый ряд других факторов, прежде всего экономических, политических, культурных, технологических, правовых, конкурентных.

Благодаря воздействию этих факторов, а также внутренних факторов, предприятие-покупатель вырабатывает свою политику закупок.



Рисунок 1 - Модель покупательского поведения предприятия

Организационные факторы - принимать решение о закупках могут как отдельные работники, так и закупочные центры. Следует выяснить:

- сколько работников и кто конкретно принимает участие в разработке и обосновании решений о закупках?

- кто принимает окончательное решение о закупках?

- какую политику распределения реализует предприятие?

Характерными особенностями политики распределения являются следующие:

- повышение роли и статуса отделов по закупкам;

- более широкое использование централизованных закупок;

- возрастание роли и значения децентрализованных закупок второстепенных товаров;

- увеличение числа долгосрочных контрактов.

На рисунке 2. отражен процесс принятия решения о закупках.



Рисунок 2 - Процесс принятия решений о закупках

Оптовые закупки товаров являются важной составной частью коммерческой деятельности оптовых торговых предприятий. Они дают возможность сформировать необходимый торговый ассортимент товаров для снабжения розничной торговой сети, осуществлять воздействие торговли на производство в соответствии с требованиями покупательского спроса. Правильно организованные оптовые закупки товаров являются необходимым условием создания оптимальных товарных запасов, повышения товарооборачиваемости, получения прибыли и удовлетворения спроса населения.

2. Весь процесс закупочной работы состоит из предварительных, собственно-закупочных и заключительных коммерческих операций.

К предварительным операциям по закупке относятся:

- изучение покупательского спроса;
- изучение источников поступления и поставщиков товаров;
- составление заявок и заказов на поставку товаров;
- разработка преддоговорных требований к поставщикам и условиям поставки.

Собственно-закупочные операции включают:

- заключение договоров и разовых сделок на поставку товаров;
- уточнение развернутого ассортимента поставляемых товаров;
- приемку товаров и их оплату поставщикам. Заключительные операции по закупкам подразделяются на:
  - оперативный учет выполнения договоров поставки;
  - оформление и предъявление штрафных санкций за нарушение договоров поставки;
  - контроль за ходом выполнения закупочной работы.

Главные задачи организации оптовых закупок:

- ✓ определение потребности в товарах в соответствии со спросом населения;
- ✓ определение сроков и частоты поставок партий товаров;
- ✓ обеспечение ритмичности и бесперебойности поступления товаров от

- поставщиков;
- ✓ контроль хода поставок по частным срокам, ассортименту и качеству товаров;
- ✓ требование от поставщиков постол иного обновления ассортимента товаров, включения в поставки новых видов товаров.

Правильная организация закупочной работы заключается в осуществлении планомерной реальной деятельности в соответствии с действующими нормативными актами, Положением о поставках товаров народного потребления, договорами поставки отдельных товаров и другими нормативными документами.

Технология закупки товаров торговыми предприятиями зависит от источников поступления товаров. Закупка товаров ведется на оптовых ярмарках, оптовых продовольственных рынках, на оптовых складах, в мелкооптовых магазинах-складах, у индивидуальных частных предпринимателей.

### **3. Закупка товаров на оптовых ярмарках**

Одной из основных функций коммерческих работников торговых предприятий является закупка на оптовых ярмарках. Они представляют собой периодически организуемые в определенном месте мероприятия, во время которых осуществляется преимущественно оптовая продажа товаров и заключаются договоры на их поставку. Организаторами таких ярмарок могут выступать предприятия и организации любых форм собственности.

Оптовая ярмарка - это самостоятельное рыночное мероприятие, доступное для всех товаропроизводителей - продавцов и покупателей - в установленном месте и на установленный срок. Оно организуется с целью заключения договоров купли-продажи (поставки) и формирования региональных, межрегиональных и межгосударственных хозяйственных связей. Заключение договоров на поставку товаров на оптовых ярмарках является прогрессивной, эффективной формой оптовых закупок.

Основная цель ярмарочных торгов - оптовая закупка и продажа товаров, заключение прямых договоров или контрактов между продавцами и покупателями. На оптовых ярмарках усиливается воздействие торговых предприятий, организаций на производство товаров в отношении их ассортимента и качества. Ускоряется процесс заключения договоров, так как поставщики и покупатели находятся в непосредственном контакте. Появляется возможность более гибкого и своевременного реагирования на изменение спроса потребителей.

Предметом деятельности оптовой ярмарки является:

- оказание комплекса услуг участникам по заключению торговых сделок;
- налаживание деловых контактов, укрепление деловых контактов между оптовыми покупателями и поставщиками товаров;
- упорядочение процесса оптовой торговли;
- анализ и подготовка конъюнктурной информации;
- организация рекламы.

Регулярное участие коммерческих работников предприятий в работе оптовых ярмарок позволяет повысить эффективность закупочной работы. Это, прежде всего, связано с расширением круга поставщиков и возможностью установления с ними долгосрочных хозяйственных связей. Развитие таких отношений благоприятно сказывается на расширении ассортимента и повышении качества закупаемых товаров.

Заключение договоров на поставку товаров производится непосредственно на ярмарке. Порядок заключения договоров на ярмарке ускоряет и упрощает установление хозяйственных связей, устраняет длительный процесс заочной переписки и связанные с ним бюрократические проволочки. Кроме того, на ярмарке стороны могут уточнять условия ранее заключенных договоров и ассортимент подлежащих поставке товаров в долгосрочных договорах по прямым хозяйственным связям. Развернутый ассортимент товаров в спецификациях может быть согласован на неполный объем закупленных товаров. Это позволяет в установленный срок дополнительно согласовать развернутый ассортимент на весь объем поставки и прежде всего за счет новых, более технически совершенных товаров или модных и сезонных изделий.

Для заключения договоров представители участников ярмарки должны иметь надлежаще оформленные полномочия-доверенности. Согласование спецификаций также производится на основе доверенностей.

Проект - договора может быть представлен любой из сторон. Договор подписывается сторонами в трех и более экземплярах. Один из экземпляров договора вместе со спецификацией сдается в группу (бюро) по учету договоров для регистрации.

Сторона получает проект договора или изменений к нему либо предложение о продлении срока действия договора. Она обязана возвратить другой стороне по ярмарке подписанный договор» Если имеется ранее заключенный договор, сторона должна направить согласие об изменении либо продлении срока его действия.

Закупка товаров на оптовых рынках.

Одним из новых каналов товародвижения, появившихся в последние годы, являются оптовые продовольственные рынки. Они стали местом купли-продажи конкурентоспособного товара (продовольствия и сельскохозяйственной продукции) независимыми операторами (продавцами и покупателями) по установленным правилам.

Оптовые рынки - это самостоятельные хозяйственные структуры, осуществляющие организацию купли-продажи мелких партий товаров в определенном месте и по определенным правилам.

Цель их создания состоит в повышении эффективности снабжения потребителей преимущественно продовольственными товарами. Оптовые рынки размещаются чаще всего в крупных городах и промышленных центрах.

Важной частью коммерческой работы является организация повседневного контроля исполнения договоров и хода поставки товаров.

Успешное осуществление коммерческой деятельности во многом зависит от своевременного исполнения сторонами договора.

Цель оперативного учета и контроля оптовых закупок - осуществление повседневного наблюдения за ходом выполнения поставщиками договоров поставки. Такой контроль позволяет обеспечить своевременное и бесперебойное поступление товаров в согласованном ассортименте надлежащего качества и количества. Исполнение договоров поставки товаров контролируется по общему объему;

- развернутому ассортименту;
- срокам поставки;
- качеству и комплектности поставляемых товаров;
- соблюдению транспортных условий;
- соблюдение расчетной дисциплины.

Отслеживаются также вопросы организации оборота тары и средств пакетирования, выполнения условий отгрузки и порядок согласования цены. Контролируют наличие и правильное оформление сопроводительных документов.

Правильно организованная закупочная деятельность дает возможность сформировать необходимый ассортимент для удовлетворения запросов потребителей и покупателей, осуществить воздействие на поставщиков в соответствии с требованиями покупательского спроса, а также обеспечить эффективную работу торгового предприятия.

Закупая товары, торговые предприятия стараются приобрести широкий их ассортимент относительно небольшими партиями, в результате чего сокращается потребность в запасах складах, уменьшается риск затоваривания. В условиях высокой динамичности коммерческой деятельности, нестабильной конъюнктуры рынка важным является снижение расходов по закупкам и снижение уровня товарных запасов.

Вся деятельность на рынке закупок сводится сейчас к достижению такой цели, как выявление потребности в необходимых товарах и своевременное обеспечение ими в нужном количестве, необходимого качества, в нужное время и в нужном месте.

Эта политика включает выбор товара, установление поставщика, определение объема заказа, условия поставки, обслуживания и оплаты.

Закупками могут заниматься один-единственный снабженец, несколько агентов по закупкам или отдел материально-технического снабжения.

Среди внешних факторов особо существенное влияние на поведение предприятий-покупателей оказывают экономические факторы. Это, прежде всего, существующий спрос на отдельные товары, возможности получения льготного кредита, наличие оборотных средств, возможности экономического роста. Кроме того, сюда можно отнести и такие факторы, как уровень развития научно-технического прогресса, политическая стабильность в обществе, наличие правовой базы, способность государства осуществлять контроль за выполнением законов, наличие конкурентов.

### **Контрольные вопросы:**

1. Организация и технология закупок товаров у поставщиков
2. Коммерческие операции и их характеристика
3. Закупка товаров на оптовых ярмарках
4. Оптовые рынки