

**Сатып алу логистикасын
ұйымдастыруға арналған
шығындарды анықтаудың
типологиясы мен әдістерін талдау**

Жоспар:

1. Кіріспе.
2. Негізгі бөлім.
 - 2.1. Сатып алудың кәсіпорындағы рөлі.
 - 2.2. Сатып алуда шығын орын алатын пункттер.
 - 2.3. Сатып алуда көрінбейтін шығындарды болдырмау әдістері.
 - 2.4. Сатып алуда шығындарды анықтау.
 - 2.5. Шығынды азайтуды ұйымдастырудағы компоненттер - 3P моделі.
 - 2.6. Сатып алуды тиімді жүргізудің 5 құралы
3. Қорытынды.
4. Пайдаланылған әдебиеттер.

1. Кіріспе.

Компанияның үлескер тараптары іскерлік құндылықтар тізбегінде оң нәтижелер күтеді. Осы нәтижелерге жету әдістерінің бірі – *сатып алу шығындарының айқындылығы мен ашықтығы, талдау және басқарудың қолжетімді болуы.*

Орта есеппен, өндіріс саласында сатып алу бөлімдері кірістің шамамен 80% -ын сатып алуға жұмсайды.

Статистика бойынша, осы компаниялардың 62%-ы сатып алу процесінде жасырын шығындардың болуына байланысты күтпеген шығындарға ұшырайды.

Бұл презентацияның мақсаты – сатып алу кезіндегі шығындарды азайту үшін жабдықтау тізбегін басқарудың жоғарғы деңгейдегі көшбасшылары қолданған стратегияларды көрсету.

Презентацияда деректерді жинауға ағылшын тілінде құрылымдалған сұхбат, компания құжаттары және жылдық есептер пайдаланылды.

Стратегиялар, әдіс-тәсілдер көп жылдық кәсіпорындардың тәжірибелік деректерін талдау нәтижесінде пайда болды және аталған тәсілдер сатып алу құнының дәлдігі мен бәсекеге қабілеттілігін жақсартты.

Сатып алу логистикасының осы стратегиялары мен жүйелерін қолдану корпоративті көрсеткіштер және жалпы шығындар көрсеткішін жақсартуға ықпал ете алады.

2. Негізгі бөлім.

2.1. Сатып алудың кәсіпорындағы рөлі.

Алдымен сатып алудың кәсіпорындағы рөлі не екенін түсіну өте маңызды, себебі ол сатып алу және жеткізу процестері туралы терең түсінік береді, яғни сатып алу - бұл бизнеске қызмет немесе тауарларды алу немесе сатып алу процедурасына немесе қызметіне сілтеме жасау үшін қолданылатын термин. Кейбір кәсіпорындар сатып алу терминін тек нақты сатып алуға сілтеме жасау үшін пайдаланады, ал басқалары сатып алуға дейінгі барлық процесті сатып алу деп атайды.

Сатып алу сөзі бизнес үшін сатып алуды білдіру үшін қолданылады және әдеттегідей кең ауқымда жүзеге асырылады. Сатып алуға екі компания қатысады; сатып алушы мен сатушы. Бірақ бұл сатып алушы деп аталатын сатып алу әрекеті, ал сатушының қызметі емес.

Сатып алу - бұл әдетте компанияның салымының бөлігі, содан кейін сатып алынған тауарларды немесе қызметтерді өзінің түпкілікті өнімін жасау кезінде пайдаланады. Бұл оны кез-келген бизнестің өте маңызды функциясы етеді. Сатып алушы бизнесінің сәттілігі үшін бәсекеге қабілетті тарифтермен сатып алынатын тауарлардың немесе қызметтердің ең жақсы сапасын сатып алу маңызды.



2.2. Сатып алуда шығын орын алатын пункттер.

Бір қарағанда сатып алу қарапайым процесс ретінде көрінуі мүмкін және шығын тек шикізат пен оны тасымалдауға кетеді деген ой қалыптасуы мүмкін.

Бірақ егер сатып алудың арнайы жүйелері мен әдістерін мұқият және тыңғылықты назар аударып қолданбаса, шығындар күрт артып, кәсіпорын жұмысына кедергі беруі мүмкін.

Сонымен сатып алуда шығынмен байланысты операция түрлеріне мыналар кіреді:

- Ақпараттық қамтамасыздандыру.
- Кадрлық шығындар.
- Стратегиялық маңызды шығындар.
- Коммуникациялық және транспорттық шығындар.
- Сатып алу шығындары.
- Сервистік шығындар.



2.3. Сатып алуда көрінбейтін шығындарды болдырмау әдістері.

Сатып алуда көрінбейтін шығындарды болдырмау әдістері:

- Талапты алдын-ала анықтау;
- Талаптың ерекшеліктерін анықтау, детальды сипаттау және шығындарды анықтау;
- Төлем процесін заманауи технологиямен жабдықтау;
- Бағасы мен шарттарын алдын-ала әрі нақты келісу;
- Сатып алу туралы сұраныс және тапсырысты барынша дәл болжамдау;
- Сатып алуға тапсырыс беруді жеделдету;
- Өнім/қызметті жеткізу және тексеру шығындарын рационализациялау;
- Іс қағаздарын сақтау.
- Көздерді дұрыс таңдау;



1. Талапты алдын-ала анықтау

Бірдеңе сатып алудың алғашқы қадамы - оған қажеттілік бар екенін түсіну. Бұл жаңа затты сатып алу қажеттілігін анықтауы немесе қажет болғанда немесе қойманың белгілі бір шегінен төмен болған кезде бір нәрсені қайта реттеуі болуы мүмкін. Бұл көптеген кәсіпкерлерде реквизиция процесін қамтуы мүмкін. Осы сатыда кейіннен сатып алу процесінде туындаған мәселелерге жол бермеу үшін барлық мүдделі тараптармен кеңесу маңызды.

2. Талаптың ерекшеліктерін анықтау, детальды сипаттау және шығындарды анықтау;

Қажеттілік бар екендігі анықталған кезде, өнімнің немесе қызметтің нақты ерекшеліктері шешілуі керек. Бұл техникалық сипаттамаларды немесе бөлшектердің нөмірлерін қамтуы мүмкін. Егер тауар бұрын сатып алынған зат болмаса, осы сипаттамалар тізімі барлық техникалық адамдардың келісімі бойынша жасалады. Барлық құрылымдық бөлімшелермен тиісті консультациялармен егжей-тегжейлі сипаттамалар сатып алу процесінде әрі қымбат қателіктердің алдын алады.

3. Төлем процесін заманауи технологиямен жабдықтау;

Төлемді жүзеге асыру үшін тапсырысқа қатысты құжаттар зерттеледі. Сатып алу тапсырысының түпнұсқасының барлық ерекшеліктері, заттарды қабылдау және төлем туралы сұраныс шот-фактурасы салыстырылады. Егер сәйкессіздіктер болса, олар төлемге дейін шешіледі. Төлем мақұлданғаннан кейін төлем келісілген төлем түрлері бойынша жүзеге асырылады.

4. Бағасы мен шарттарын алдын-ала әрі нақты келісу;

Тікелей сатып алу үшін баға ұсыныстарына сұраныс қысқа тізімге енген жеткізушілерге жіберіледі. Әдеттегі тәжірибе - таңдау жасамас бұрын кем дегенде үш баға белгілеуді алу. Баға баға мен жылдамдықтың бәсекеге қабілеттілігіне тексеріледі. Сатып алатын компания тек баға бойынша ғана емес, сонымен қатар олардың жеделдігіне, сенімділігі мен сапасына байланысты таңдалады.

5. Сатып алу туралы сұраныс және тапсырысты барынша дәл болжамдау;

Компания шеңберінде жасалған сатып алу сұранысын тиісті орган бекітеді. Бұл кейіннен тапсырыс берудің барлық ерекшеліктерімен, сондай-ақ шарттармен сатып алуға тапсырыс жасауға әкеледі. Кейбір компаниялар сатып алушыны да, сатушы да тапсырыстың ерекшеліктерін түсінуі үшін тапсырыс берушінің ерекшелігін қалыптастыру процесіне қатысады. Техникалық сипаттамаларды қателіктер жібермеу үшін сатып алу сұранымымен, сондай-ақ жеткізушінің баға ұсынысымен мұқият салыстыру қажет.

6. Сатып алуға тапсырыс беруді жеделдету;

Жеткізу туралы хабарлама сатып алушыға қажет болған жағдайда жіберіледі. Сатып алу тапсырысын жеткізу сатып алушы мен сатушының тәжірибесіне байланысты. Ол жеке немесе факс немесе электрондық пошта арқылы болуы мүмкін. Бұл сондай-ақ сатып алушы мен сатушы келіскен сипаттамаларға сәйкес келеді.

Бұл кез-келген күтпеген кідірістерге факторинг жасағаннан кейін сұралған тауарларды немесе қызметтерді жедел жеткізу мерзімдерін құруды қамтиды. Оған төлем төлеушілер туралы ақпарат кіруі мүмкін. ●

7. Өнім/қызметті жеткізу және тексеру шығындарын рационализациялау;

Өнім немесе қызмет дайын болған кезде, ол сатып алушыға жеткізіледі. Жеткізілген заттарды және егер олар келісілген сатып алу тапсырысына сәйкес келсе, мұқият тексеріп алу сатып алушының міндеті. Сатып алушы оны мақұлдай алады немесе қабылдамай алады. Екі нұсқа да келісілген шарттар мен талаптарға сәйкес әрекеттерді бастайды. Егер сатып алушы тауарларды жеткізуді алса, онда олар қабылданып, төлем процесі басталады деген сөз.

8. Іс қағаздарын сақтау.

Компаниялар да, сатып алушы да, сатушы да аудиторлық және салық салу процедураларын жүргізеді. Барлық туындаған дауларды жақсарту және шешу үшін барлық процесс үнемі қаралуы керек. Қайта бағалау сатып алу процесін тиімді етеді және қайшылықтардың қайталануына жол бермейді.

9. Көздерді дұрыс таңдау;

Белгілі бір затты немесе қызметті сатып алу керек екендігі анықталғаннан кейін, сатып алушылар тобы оны жеткізетін түрлі көздерді анықтау үшін қажетті зерттеулерді жүргізуі керек. Қайталама тапсырыстар үшін әдетте сатушылардың тізімі болады. Жаңа зат үшін сатушыларды анықтау және содан кейін тексеру процесі ұзағырақ болады. Жақсы жеткізуші ретінде анықталған бұрыннан бар сатушымен жұмыс істеу жылдамырақ. Жаңа жеткізушілерге олардың беделін, жылдамдығын, сапасын, сенімділігі мен бағаларын анықтау үшін мұқият тексеру қажет.

Жоғарыда сипатталған сатып алу қадамдары әр кәсіпте әр түрлі, бірақ логикалық ағым өзгеріссіз қалады. Сатып алудың тиімді практикасы сатып алынған тауарлар мен қызметтердің ағымын жедел және кідіріссіз ұстайды.

Сонымен қатар, сатып алынатын тауарлар мен қызметтердің нақты талаптарға, ең жоғары стандарттарға және бәсекеге қабілетті бағаларға сәйкестігін қамтамасыз ету үшін тиісті қадамдар бойынша келіссөздерді үнемі қадағалап отыру процестің қатысушылары болып табылады. Іс қағаздарын керемет жүргізу тек жазбалардың аудитін жүргізуге ғана емес, сонымен қатар сол заттарды қайта ретке келтіруге де көмектеседі.

Сатушылардың этикалық таңдауы сапалы заттардың әділ жеткізілуін қамтамасыз етеді.



2.4. Сатып алуда шығындарды

анықтау.

Әрбір ұйымның сатып алу процесінің ерекше ағыны бар. Алайда, бизнестегі сатып алу, әдетте, шығынды анықтаудан және барлық шығындардың ерекшеліктерін егжей-тегжейлі сатып алуға тапсырыс жасаудан басталады.

Талап бойынша мақұлданған жеткізуші бар сатып алуда сатып алу тапсырысы белгіленген сатып алу немесе қаржыландыру тобымен келісуге жіберіледі. Егер ол қабылданбаған болса, оны қабылдамау себебімен кері жіберіледі. Бекіту кезінде сатып алу тапсырысы сатып алу туралы сұранысқа айналады.

Алдын ала мақұлданған жеткізушісі немесе сатушысы жоқ сатып алу үшін сатып алу тобы сатып алу тапсырысында көрсетілген талаптарды егжей-тегжейлі бірнеше баға ұсыныстарына сұраныс жібереді. Алынған баға ұсыныстары талданып, қолайлы сатушы таңдалады. Содан кейін сатып алу тобы таңдалған сатушымен қанағаттанарлық келісімшарт жасасады және сатып алуға тапсырыс жібереді.



Сатып алуда шығындарды тіркеу.

Сатып алынған заттар алынған кезде, жеткізушінің шот-фактурасы үш жақты сәйкестендіруден өтеді. Үш жақ сәйкестік - бұл сатып алу тапсырысын, жеткізушінің шот-фактурасын және тауардың нақты түсуін салыстыру және тексеру.

Бұл қадам шынымен де ұйым аталған тапсырысты көрсетілген жеткізушімен орналастырғанын және сатушының сатып алу тапсырысына сәйкес тапсырыс бергенін және шот-фактураны толтырғанын тексеру болып табылады. Содан кейін бұл тауардың түсуімен салыстырылады, тапсырыс тапсырыс бойынша және шот-фактура бойынша түскен-келмегенін анықтайды. Үш жақты тексеру аяқталғаннан кейін, жеткізушінің шот-фактурасы авторизацияланып, сатушыға төлем жасалады. Төлемді қаржы бөлімі есепке алады.



2.5. Шығынды азайтуды ұйымдастырудағы

компоненттер - 3P моделі:

3P (People, Process, Paperwork) моделі:

1. Адамдар

Сатып алу процесіне қатысатын адамдардың саны өндірісті сату мен сатып алу тапсырыстарына байланысты. Шағын компания үшін сатып алушылар саны аз. Ірі компаниялар үшін сатып алу процесінің әр кезеңінде оны басқаратын бүкіл команда болады. Сондай-ақ, тапсырыс берілетін заттар шамалы болған кезде, мақұлдау саны аз болады. Бірақ жоғары құнды немесе өте маңызды сатып алулар үшін сатып алу сұранысын мақұлдау деңгейі басқару тәртібінде жоғарырақ болады.

2. Процесс

Сатып алу процесі тиімді жұмыс істеуі үшін жақсы ойластырылған және ұйымдастырылған болуы керек. Сатып алу бөлімі ұйымдастырылмаған кезде, бұл бүкіл процесте тиімсіздіктер мен қарама-қайшылықтарға әкеліп соқтыруы мүмкін, бұл сатып алулармен және төлемдермен байланысты қиындықтар тудыруы мүмкін. Процестің ашықтығы кез-келген кезеңде сыбайластық пен манипуляция болмауын қамтамасыз етеді.

3. Ақпарат айналымы - іс қағаздар немесе жазбалар

Сатып алу процесінің әр сатысында іс қағаздарын жүргізу өте маңызды. Процестің барлық кезеңдері цифрланған болса да, әр кезеңде барлық ақпаратты тиімді жазу және әр сатыдағы барлық тиісті жазбаларды үйлестіру және салыстыру сатып алушы үшін де, сатушы үшін де маңызды

2.6. Сатып алуды тиімді жүргізудің 5

құралы

- **Құндылық**

Ең төменгі баға әрдайым жеткізуші үшін ең жақсы нұсқа бола бермейді. Сатып алу процесі құндылыққа негізделген болуы керек. Сатып алушы ақшаның құндылығын ұсынатын ең жақсы өнімді алуды мақсат етуі керек.

Сатып алушы ең төменгі шығынға негізделген кіріс сапасына ымыраласқан кезде, бұл компанияның дайын өніміне немесе қызметіне каскадтық әсер етеді. Ақшаның мәні жеткізушіні таңдаудың ең жоғарғы факторы болуы керек.

- **Ашық конкурс**

Жеткізушілерді таңдау процесін құру, бұл объективті емес және ашық, барлық жеткізушілер үшін тең жағдайды қамтамасыз етеді. Бұл ашық бәсекелестік ақшаға ең жақсы мән ала алатын сатып алушының пайдасына қызмет етеді.

- **Этика және ашықтық**

Тікелей сатып алу, тендерлер немесе ұсыныстар арқылы сатушыны таңдау процесі сыбайлас жемқорлыққа өте осал. Жеткізушіні таңдау процесін бұрмалау үшін кез-келген этикаға жат әрекеттер сатып алынатын заттардың сапасы мен құнына нұқсан келтіреді.

- **Есеп беру және есеп жүргізу**

Сатып алудың әр кезеңіндегі әр адам шешім қабылдау мен процесте есеп беруі керек. Іс қағаздарын жүргізудің тамаша тәжірибелері сатып алу кезеңдерін бақылауды жеңілдетеді.

- **Меншікті капитал**

Барлық салалар бойынша сатып алудың әділ және біркелкі процесін қамтамасыз ету барлық ойыншыларға өркендеу үшін тең және әділ мүмкіндіктер ұсынады.



2.7. Сатып алу модельдері

Сатып алу моделі - бұл ұйым немесе бизнес заттарды немесе қызметтерді сатып алу үшін ұстанатын бірқатар қадамдар.

Сатып алу модельдері сатылымға қатысты иерархия, бақылау және шешім қабылдау деңгейлерін де анықтайды. Сатып алу моделінің ұсақ бөлшектері әр компанияға және олар жұмыс істейтін іскери ортаға тән.

Ірі ұйымдарда географиялық шекарада таралуы мүмкін немесе таралмауы мүмкін көптеген бөлімдер мен бөлімдер бар. Басқарушылық шешімдер орталықтандырылған немесе локализацияланған болуы мүмкін.

Сатып алу модельдерін сатып алу процесін бақылауға жататын жерге байланысты жіктеуге болады.

- **Жергілікті сатып алу моделі:**

Бұл сатып алу моделі орталықтандырылмаған және бақылау мен шешім қабылдау жергілікті немесе ведомстволық деңгейде жүзеге асырылады. Жергілікті бөлім немесе бөлім сатып алу туралы шешімдерді толық бақылауға алған болар еді. Бұл модельдің қисыны мынада: бұл менеджмент бөлімнің нақты қажеттіліктерін жақсы түсінеді. Бұл сатып алу моделін икемді етеді және бюрократияның деңгейі аз. Үлкен перспективаны ескермей, шешімдерді шешуге жұмсау қаупі әрқашан бар.

• Сатып алудың орталықтандырылған моделі:

Сатып алудың орталықтандырылған моделінде сатып алу туралы шешімдерді абсолютті бақылау орталық басқаруға жүктеледі. Барлық сатып алуларды орталықтандырылған мақұлдау процесі бар және орталық ережелер жергілікті деңгейдегі барлық шешімдерге қолданылады. Сатып алудың осындай моделінің мақсаты - сатып алу туралы шешім қабылдаған кезде жалпы бюджетті және бизнестің немесе ұйымның шығындарын ескеру. Сатып алу туралы келіссөздерді тәжірибесі мол және оған берілген персонал жүргізеді. Сатып алу жаппай болған кезде де баға артықшылығы бар. Алайда, әр жергілікті деңгейге тән нақты талаптарға сай болмау қаупі бар. Процесті ауыр ететін бюрократияның көптеген қабаттары бар.

• Гибридтік модель:

Кейбір ұйымдар локализацияланған және орталық сатып алу үйлесімі бар гибридті сатып алу үлгісін қолданады. Бұл модельде кейбір сатып алулар орталықтандырылған, ал басқалары жергілікті болып табылады. Бұл модель екі модельдің де артықшылықтарына ие және барлық жергілікті департаменттерге ұйымдастырушылық бақылау шеңберінде дербестік өлшемін береді. Оны сатып алулардың жетекші моделі деп те атауға болады.



2.6. Сатып алу шығындарын ұйымдастыру

Қызметін ұсынатын компаниялар.

Берое сияқты ұйымдар осы сатыда сатып алу бөлімшелеріне нарықтық барлаудың қажетті деректерін ұсынуға көмектеседі, оларға шешімдер қабылдауға көмектеседі.

Әрі қарай, сатып алу бөлімі сатушыларды тексеріп, қажетті затқа баға ұсыныстарын сұрап, содан кейін сатушыны таңдау керек. Бұл процестің маңызды бөлігі, өйткені бедел, шығын, қызмет жылдамдығы және сенімділік түпкілікті шешім қабылдағанға дейін зерттелуі керек.

Басты ереже - кем дегенде үш көрінбейтін шығын көзін табу, бірақ бұл сіздің ұйымыңыздың сапасын анықтайтын ең жақсы тәжірибе. Тиісті басқару деңгейлерінен мақұлдау көздері мен жұмсалған шығындар негізінде алынуы керек. Егер тапсырысқа қатысты сауда-саттық немесе тендер процесі болса, ұсынысқа, конкурстық өтінімдерге немесе тендерге сұраныс жариялануы керек.

3. Қорытынды

Жабдықтау тізбегі бойында жабдықтаушы компанияның тиімді жұмысын қамтамасыз ететін, шығын көлемін түсіретін механизмдер *соңғы онжылдықта көптеп қалыптасты.*

Кәсіпорындар жаһандық ауқымда және эко-бизнес ретінде кеңейген сайын сатып алу процестері әлемдік бизнестің экономикалық сұраныстарына байланысты шығын жүйесі күрделене түседі

Осы жоғары бәсекеге қабілетті экономикалық жағдайда көптеген кәсіпкерлер шығынды қысқартуға тырысуда.

Көбіне ұмытып кететін тағы бір шығын - бұл көрінбейтін сатып алу құны, яғни пайдалану немесе сату үшін тауарлық-материалдық құндылықтарды сатып алу кезінде ескерілмейтін құн.

Сатып алудың негізгі құны бір заттың құны болғанымен (жапсырма бағасы, басқаша айтқанда), кез-келген кәсіп қор сатып алу кезінде бірқатар басқа жасырын шығындарға ұшырайды.

4. Пайдаланылған әдебиеттер

- Procurement Total Cost Analysis: A Supply Chain Strategy for the Aviation Industry - Tulia Badillo, электронды нұсқа.
- <https://www.beroeinc.com/procurement/> - Procurement, Purchasing and Supply Chain, статья.
- <https://www.unleashedsoftware.com/> - A Handle on Procurement: The Cost of Purchasing Inventory, статья.
- Identification and Measurement of Logistics Cost Parameters in the Company, электронды нұсқа.