

## **УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗАКУПІВЕЛЬНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОРГОВИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Закупівельна діяльність є важливою підсистемою в загальній системі діяльності торгового підприємства. Саме в процесі її здійснення закладається підґрунтя фінансових результатів його функціонування та конкурентних позицій на ринку. Діяльність торгового підприємства із закупівель передбачає комплекс взаємопов'язаних операцій, виконуваних у певній послідовності: вивчення й прогнозування попиту з метою обґрунтування комерційних рішень щодо оптових закупівель товарів; виявлення та вивчення джерел надходження товару; визначення конкретних обсягів закупівлі окремих товарів і необхідних для цього коштів; встановлення й оформлення комерційних зв'язків із постачальниками, узгодження й укладання контрактів купівлі-продажу, договорів поставки; контроль над виконанням укладених угод, організація закупівлі, завезення та приймання товарів [1].

Під управлінням закупівельною діяльністю торговельного підприємства слід розуміти систему принципів та методів підготовки та прийняття управлінських рішень в процесі здійснення закупівельної діяльності, яка створює передумови для досягнення стратегічних цілей та задач розвитку торговельного підприємства [2].

Управління закупівлями, на думку Ю.Пономарьової, передбачає «планування і щоденне керівництво закупівельною діяльністю підприємства, що полягає у визначенні поточних і перспективних потреб покупців,

збиранні інформації про закупівельні ціни, можливі терміни постачання, транспортні витрати та пошук їхнього оптимального сполучення» [3].

Сьогодні цілком виправданим є застосування логістичного підходу до управління закупівлями торгових підприємств. Існують певні відмінності між традиційним і логістичним підходами до управління закупівлями товарів. Традиційний підхід до управління закупівлями товарів базується на принципі зберігання запасів. Однак, головним його недоліком є потреба у значній кількості складів, утримання яких тягне за собою певні витрати, зокрема, на підтримку складських приміщень у належному стані; на утримання обслуговуючого персоналу; на придбання і утримання транспортних засобів; збитки від зберігання запасів.

Логістичний підхід до управління закупівлями, який на сьогоднішній день є прогресивним та ефективним, на відміну від традиційного підходу, практично унеможливорює виникнення дефіциту необхідних для торгового процесу товарів. Цього можна досягти шляхом розрахунку оптимальної партії замовлення товарів, визначення точних термінів їх поставки, формування обґрунтованих поточних і страхових товарних запасів. Хоча це не означає, що певний дефіцит конкретних товарів унеможливується повністю. Він допускається впродовж короткого проміжку часу й лише тоді, коли втрати в обсягах реалізації через відсутність цих товарів менші, ніж витрати на зберігання їх запасів.

При дослідженні питання удосконалення управління закупівельною діяльністю на підприємствах торгівлі слід розрізняти поняття закупівельної логістики та логістичного управління закупівлями. Між ними є певні відмінності. Закупівельна логістика відображає оперативний рівень управління закупівлям і спрямована на оптимізацію матеріальних, інформаційних і фінансових потоків в процесі постачання, складування придбаних або самостійно вироблених товарів та їх підготовки до виробничого споживання.

Логістичне управління закупівлями є структурною складовою логістичного управління підприємствами загалом й ґрунтується на системному, стратегічно орієнтованому підході до управління процесами закупівель, тобто логістичне управління закупівлями поєднує стратегічний і оперативний рівні управління матеріальними і пов'язаними з ними супутніми потоками.

Ефективна організація закупівель на торговому підприємстві впливає не лише на поточні економічні результати його діяльності, зокрема, прибутковість, рентабельність, ритмічність, стабільність роботи, а й створює умови для стратегічного розвитку та підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку загалом. Крім того, ефективне управління закупівельною діяльністю в торгівлі впливає на іміджеві показники торгового підприємства через задоволення споживчого попиту населення шляхом формування оптимального товарного асортименту, якісних параметрів товарів, цінової політики тощо.

#### Список використаних джерел

1. Вишневська О.А., Волошина А.О. Планування та організація закупівель товарів споживчого призначення торговим підприємством. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2019. Вип. 34. С.50-53. URL: <http://ejournal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/455/449> (дата звернення 15.05. 2022 р.)
2. ЛігоненкоЛ.О. Управління закупівельною діяльністю на підприємствах торгівлі: концептуальні рішення. *Наука й економіка*. 2014. Вип. 1. С.181–186. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nie\\_2014\\_1\\_32](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nie_2014_1_32) (дата звернення 15.05. 2022 р.)
3. Сідун В.А., Пономарьова Ю.В. Економіка підприємства: навч. посіб. К.: ЦНЛ, 2006. 428 с.