

ЗАКУПІВЛІ ОРГАНІЗАЦІЯМИ ЯК ПОКУПЦЯМИ. ЗАКУПІВЕЛЬНІ ЦЕНТРИ

Малюкова Єлизавета МРГ-31

ЗАКУПІВЛІ ЯК СКЛАДОВА ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ

ПОНЯТТЯ ЗАКУПІВЕЛЬ У БІЗНЕСІ

Закупівлі – це процес придбання товарів, послуг або ресурсів, необхідних для функціонування компанії та досягнення її стратегічних цілей. Вони включають вибір постачальників, переговори та оформлення договорів.



ЗАКУПІВЛІ ЯК СКЛАДОВА ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ

РОЛЬ ЗАКУПІВЕЛЬ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ

Закупівлі є критичним елементом бізнесу, оскільки забезпечують безперебійне постачання необхідних ресурсів. Вони впливають на собівартість продукції, якість товарів і конкурентоспроможність компанії.

ВИДИ ЗАКУПІВЕЛЬ

- **Оперативні** – для задоволення поточних потреб (наприклад, регулярне поповнення запасів).
- **Стратегічні** – довгострокові закупівлі, пов'язані з ключовими напрямками бізнесу.
- **Повторні** – закупівлі, які здійснюються регулярно від одного постачальника.
- **Одноразові** – разові покупки для вирішення конкретних завдань.

ОРГАНІЗАЦІЯ ЗАКУПІВЕЛЬНОГО ПРОЦЕСУ

ОСНОВНІ ЕТАПИ ЗАКУПІВЕЛЬ:

- **Визначення потреб**

Аналіз необхідності товарів чи послуг, визначення їх характеристик, обсягу та бюджету.

- **Пошук постачальників**

Дослідження ринку, оцінка потенційних постачальників за ціною, якістю, репутацією та умовами співпраці.

- **Проведення переговорів**

Узгодження умов постачання, цін, термінів, способів оплати та вирішення логістичних питань.

- **Оформлення договору**

Юридичне закріплення домовленостей, включаючи специфікації товарів/послуг, строки поставки та санкції за порушення умов.

- **Контроль виконання замовлення**

Моніторинг процесу постачання, перевірка відповідності отриманих товарів або послуг умовам договору.

ОРГАНІЗАЦІЯ ЗАКУПІВЕЛЬНОГО ПРОЦЕСУ

ІНСТРУМЕНТИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ У ЗАКУПІВЛЯХ:

- **CRM-системи**

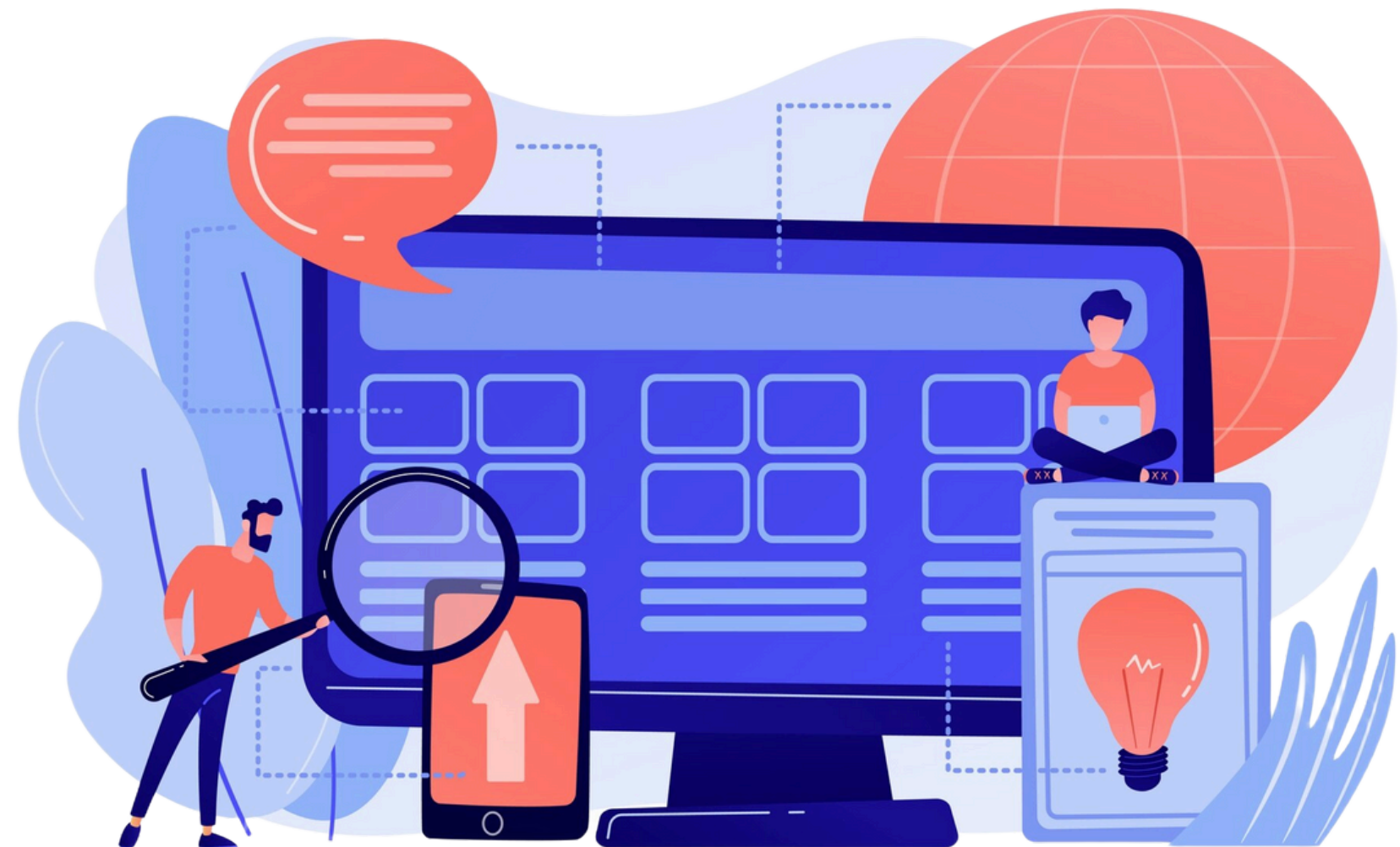
Для управління відносинами з постачальниками, організації комунікації та збереження даних.

- **Тендери**

Проведення конкурентного відбору постачальників для отримання найкращих умов.

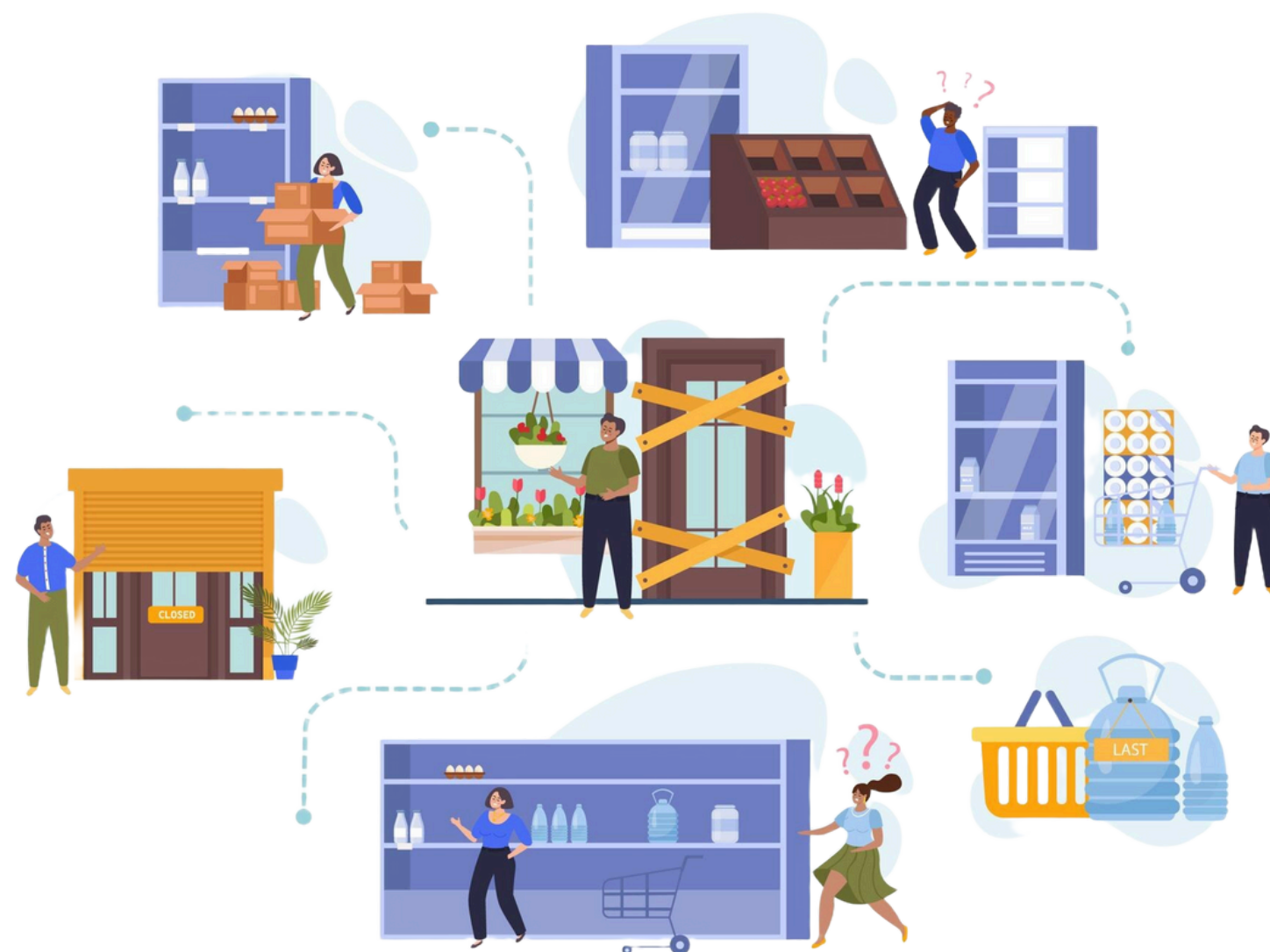
- **Електронні платформи**

Використання онлайн-систем (наприклад, Prozorro) для спрощення та автоматизації закупівельного процесу.



ПОНЯТТЯ ЗАКУПІВЕЛЬНОГО ЦЕНТРУ:

Закупівельний центр — це група осіб в організації, які беруть участь у процесі прийняття рішень щодо закупівлі товарів чи послуг. Він об'єднує фахівців з різних відділів, які впливають на вибір постачальника та умови співпраці.



ЗАКУПІВЕЛЬНІ ЦЕНТРИ (BUYING CENTERS)

СТРУКТУРА ЗАКУПІВЕЛЬНОГО ЦЕНТРУ

- **Ініціатори**

Особи, які визначають потребу у товарі або послугі та ініціюють процес закупівлі.

- **Впливові особи**

Ті, хто впливає на процес прийняття рішення через свої знання, досвід або посадові обов'язки (наприклад, технічні експерти).

- **Користувачі**

Працівники, які будуть безпосередньо використовувати товар або послугу, і можуть визначати їх функціональні вимоги.

- **Особи, що приймають рішення**

Ті, хто має повноваження обирати постачальника та затверджувати ключові умови угоди.

- **Особи, що затверджують**

Менеджери або керівники, які надають остаточне схвалення закупівлі, базуючись на бюджеті та стратегічних цілях.

- **Закупівельники**

Працівники, відповідальні за контакт з постачальниками, проведення переговорів і оформлення договорів.

ЗАКУПІВЕЛЬНІ ЦЕНТРИ (BUYING CENTERS)

ВЗАЄМОДІЯ МІЖ УЧАСНИКАМИ ЗАКУПІВЕЛЬНОГО ЦЕНТРУ

Учасники взаємодіють на всіх етапах процесу закупівель, обмінюючись інформацією та узгоджуючи дії. Взаємодія може бути як формальною (через зустрічі та звіти), так і неформальною (через обговорення в робочих групах). Основна мета — забезпечити оптимальний вибір постачальника та умов для потреб організації.



ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ПРОЦЕС ЗАКУПІВЕЛЬ

ЗОВНІШНІ ФАКТОРИ

- **Економічна ситуація**

Впливає на купівельну спроможність організації, доступність кредитів, рівень інфляції та цін на ринку.

- **Ринок постачальників**

Кількість, надійність і географічна доступність постачальників визначають можливості вибору та умови співпраці.

- **Конкуренція**

Тиск з боку конкурентів може впливати на ціни, строки постачання та якість продукції.



ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ПРОЦЕС ЗАКУПІВЕЛЬ

ВНУТРІШНІ ФАКТОРИ

- **Бюджет**

Обмеження фінансових ресурсів визначає вибір постачальників і обсяги закупівель.

- **Стратегія компанії**

Орієнтація на якість, вартість або інновації впливає на вимоги до закупівель.

- **Кваліфікація персоналу**

Досвід та навички працівників, які займаються закупівлями, визначають ефективність переговорів та вибору постачальників.



ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ПРОЦЕС ЗАКУПІВЕЛЬ

ЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТА РИЗИКИ У ЗАКУПІВЛЯХ

- **Етичні аспекти**

Прозорість процесів, уникнення конфлікту інтересів, дотримання законодавства і стандартів корпоративної етики.

- **Ризики**

Можливість шахрайства, постачання неякісної продукції, зрив строків або приховані витрати.



ПРИКЛАДИ ЕФЕКТИВНИХ ЗАКУПІВЕЛЬНИХ СТРАТЕГІЙ

ВПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННИХ ЗАКУПІВЕЛЬ

Використання цифрових платформ та автоматизованих систем, таких як Prozorro або SAP Ariba, для проведення тендерів, збору пропозицій та укладання контрактів.

Переваги:

- Підвищення прозорості закупівельного процесу.
- Скорочення часу на адміністративні процедури.
- Доступ до ширшого кола постачальників.

ПРИКЛАДИ ЕФЕКТИВНИХ ЗАКУПІВЕЛЬНИХ СТРАТЕГІЙ

ПАРТНЕРСТВО З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ

Створення довгострокових відносин з надійними постачальниками для досягнення взаємної вигоди.

Методи:

- Узгодження спільних цілей.
- Обмін даними для покращення якості та скорочення витрат.

Переваги:

- Стабільність поставок.
- Спрощення переговорного процесу.
- Можливість отримання знижок чи вигідних умов.

ОПТИМІЗАЦІЯ ВИТРАТ ЧЕРЕЗ АНАЛІЗ ПОСТАЧАЛЬНИЦЬКОГО ЛАНЦЮГА

Оцінка всіх етапів ланцюга постачання для виявлення можливостей зниження витрат, таких як оптимізація транспортування чи зменшення кількості посередників.

Інструменти:

- SWOT-аналіз ланцюга постачання.
- Використання методу «Just in Time» для мінімізації запасів.

Переваги:

- Зниження собівартості продукції.
- Підвищення ефективності всіх операцій.
- Зменшення ризиків зриву поставок.

ВИСНОВОК:

Ефективні закупівлі є ключовим елементом успіху організації, оскільки забезпечують оптимальні витрати, якість та безперебійність процесів. Удосконалення закупівель можливе через автоматизацію, партнерство з постачальниками та оптимізацію ланцюга постачання, що сприяє зростанню конкурентоспроможності компанії.



THANK YOU