

Это следует сделать для того, чтобы покупатель был спокоен, что его деньги были отправлены в нужном направлении, и он может не беспокоиться об этом.

После того, как покупатель получил свой товар (услугу), необходимо поинтересоваться, все ли его устроило, есть ли какие-нибудь замечания, остался ли он доволен заказом. Таким образом продавец лишней раз напомнит о себе и покажет, что ему не все равно, и он переживает за свое дело. Если покупатель будет всем доволен, он точно совершит повторную покупку.

Заключение. В Республике Беларусь Интернет-магазины стали пользоваться большой популярностью и являются эффективным каналом продажи разнообразных товаров и услуг. Интернет-магазины распространяются повсеместно, и с каждым днем их становится все больше. Сайты делаются более красочными и доступными, предлагая все более широкий ассортимент товаров и услуг. Заказывать товар (услугу) становится удобнее и приятнее: это можно сделать как через компьютер, так и через телефон, и специальные приложения. Интернет-магазины работают круглосуточно без очередей, без обедов и без перерывов – это удобно, легко, быстро и доступно каждому.

ЛИТЕРАТУРА

1. Интернет-магазин [Электронный ресурс] / Академик. – Режим доступа: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/tuwiki/36390>. – Дата доступа: 21.02.2019.
2. Интернет-магазины: виды, специфика и преимущества [Электронный ресурс] / Мир финансов. – Режим доступа: http://mir-fin.ru/internet_magasin.html. – Дата доступа: 21.02.2019.

УДК 658.64

ВЫБОР ПОСТАВЩИКА КАК ОДНА ИЗ ОСНОВНЫХ ЗАДАЧ ЗАКУПОЧНОЙ ЛОГИСТИКИ

*Д.А. Яровская студентка группы 10504116 ФММП БНТУ,
научный руководитель - старший преподаватель Н.М. Хохлова*

Резюме - одним из основных вопросов, которые надо решать при организации закупочной деятельности, является выбор поставщиков. Чем качественнее поставщики будут выполнять работу по снабжению, тем больше возможностей у предприятия повысить эффективность своей работы. Используя современные подходы к решению этого вопроса, можно повысить эффективность не только закупочной деятельности, но и конкурентоспособность предприятия в целом.

Summary - one of the main issues that need to be addressed in the organization of procurement is the choice of suppliers. The better the suppliers will do the work of supply, the more opportunities for the enterprise to improve the efficiency of their work. Using modern approaches to solving this issue, it is possible to increase the efficiency not only of procurement, but also the competitiveness of the enterprise as a whole.

Введение. В современных условиях хозяйствования каждое предприятие пытается повысить свою конкурентоспособность. Для этого используются как новые технологии производства, так и современные концепции и методы управления.

Основная часть. Одним из важных вопросов, с которым сталкивается любое предприятие производственно-сбытовой сферы, является снабжение. Закупочная деятельность важна для каждого предприятия в той или иной степени. Например, для производственных предприятий закупочная деятельность очень важна, хотя есть такие предприятия, которые сами добывают сырье и материалы и производят изделия путем их переработки, для них закупочная деятельность не является первостепенной. [1] Однако, даже в этом случае, нельзя говорить о полной независимости от снабжения, потому что даже таким предприятиям надо закупать оборудование, инструменты, автомобили и так далее. Так же важна закупочная деятельность и для предприятий торговли, особенно таких, которые реализуют продукцию поставщиков, зачастую даже не меняя упаковку. В целом можно говорить, что деятельность любого предприятия зависит от снабжения. А одним из основных вопросов, которые надо решать при организации закупочной деятельности, является выбор поставщиков.

Многие предприятия не до конца осознают важность проблемы выбора поставщика. Однако, чем качественнее поставщики будут выполнять работу по снабжению, тем больше возможностей у предприятия повысить эффективность своей работы. Очень важно выбрать «правильного» поставщика, который будет партнером, с максимальной эффективностью обеспечивающим надёжность выполнения всех закупочных операций. Эта задача сильно усложняется в связи с присутствием на рынке большого количества разнообразных потенциальных поставщиков, поставляющих схожую продукцию. Если предприятие не уделяет достаточно внимания проблеме выбора поставщика, то это может привести к повышению затрат на закупку продукции, а также создаст ряд проблем, возникающих по вине поставщика, таких как ухудшение качества конечной продукции, увеличение количества труднореализуемых товаров на складе, замедление или прекращение производственного процесса и другие. [3] Выбор поставщика является одной из основных задач логистики снабжения.

Всех поставщиков можно классифицировать по двум основным признакам: по характеру взаимоотношений с предприятием-заказчиком и по географическому положению. По характеру взаимоотношений с заказчиком поставщики бывают традиционными (поставщики, с которыми предприятие работало неоднократно), случайными (те, с которыми предприятие работало однажды и из-за сложившейся ситуации) и потенциальными (поставщики, с которыми предприятие не вело совместной работы и которые в будущем могут стать партнёрами предприятия). По географическому положению различают поставщиков локальных, региональных и зарубежных. Большинство предприятий в настоящее время пользуются услугами региональных или локальных поставщиков с целью минимизировать расходы на поставку и избежать дополнительных затрат при работе с зарубежными партнёрами, как, например, таможенные расходы. [2]

С целью решения задачи выбора поставщиков в логистике применяются различные методы, как традиционные, которые не потеряли своей актуальности и на сегодняшний день, так и современные. [1] Основными и наиболее часто используемыми из них являются:

- Экспертный метод. Несколько опрашиваемых (экспертов) по определённым критериям оценивают работу с поставщиками. При этом необходимо для каждого критерия определить уровень значимости, что позволяет определить важность того или иного фактора для каждого эксперта. Затем составляется рейтинг поставщиков, который сразу позволяет увидеть как положительные, так и отрицательные стороны каждого поставщика. Преимуществом данного метода является то, что при его использовании можно дать оценку тем параметрам, которые не могут иметь количественной оценки, что не всегда возможно при использовании иных способов оценки поставщиков. Однако данный метод является достаточно дорогостоящим;

- Метод парных сравнений основывается на сравнении только двух поставщиков между собой. Это является существенным недостатком, так как используя другие методы можно сравнивать несколько поставщиков одновременно. Этот метод является довольно сложным для реализации, так как необходимо проанализировать большие объёмы информации, что требует от персонала наличия узкоспециальных знаний и навыков, но только в этом случае возможно составить наиболее полную картину о том, какого поставщика следует выбрать и почему;

- Статистический метод заключается в анализе статистики работы поставщиков и позволяет отобрать наиболее ценных из них. Этот метод считается одним из простейших, так как при этом анализируются статистические данные предприятия, и прогнозируется их динамика.

Однако, как показывает практика, в настоящее время на большинстве предприятий, выбором поставщиков занимается единолично сотрудник, отвечающий за закупки. В результате этого, работа проводится со старыми поставщиками, с которыми у предприятия уже налажены долговременные отношения, а процесс закупок организован в соответствии с субъективным пониманием хода производственно-сбытовой деятельности данным сотрудником. Это не всегда хорошо, так как для более объективного понимания ситуации важно рассматривать ее с разных точек зрения и анализировать всех потенциальных поставщиков. Множество возможных партнёров предприятия готовы предложить свои услуги по более привлекательным условиям, или более качественное исполнение своих обязанностей, однако все эти возможности упускаются из-за приверженности к устоявшимся методам организации работы.

Тем не менее, в последнее время, все чаще стали использоваться такие методы выбора поставщика как посещение выставок и ярмарок поставщиков, личные коммуникации, изучение фирменной продукции, объявление тендеров.

Заключение. Таким образом, проблема выбора поставщика является основной задачей при организации закупочной деятельности. Не все предприятия осознают важность данной проблемы. Однако, используя современные подходы к решению этого вопроса, можно повысить эффективность не только закупочной деятельности, но и конкурентоспособность предприятия в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аникин, Б.А. Логистика: Учебное пособие/Б.А. Аникин. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 153 с.
2. Гаджинский, А.М. Логистика/ А.М. Гаджинский – 2-е изд. – М.:ИВД «Маркетинг», 2015 – 171 с.
3. Методы выбора поставщика [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: https://studbooks.net/864622/marketing/metody_vybora_postavschika. Дата доступа – 08.11.2018