

**ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ И КАЧЕСТВА
В СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
PROBLEMS OF EFFICIENCY AND QUALY IN SERVICE ACTIVITIES**

Обзор
Review

УДК 658.7

DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-2-0-5

Гутникова О.Н. | Логистика закупок как составляющая торгового процесса

Институт экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского,
ул. Севастопольская, 21/4, г. Симферополь 295500, Республика Крым, Россия
e-mail: vechirko15@mail.ru
ORCID 0000-0003-2030-4178

*Статья поступила 12 апреля 2024 г.; принята 13 мая 2024 г.;
опубликована 30 июня 2024 г.*

Аннотация. В статье представлены результаты исследования сущности и принципов организации закупочной деятельности в рамках логистизации продаж предприятиями торговли. Дана характеристика понятию «логистика», представлены наиболее интересные научные и нормативно-правовые подходы к трактовке терминологии. Отмечены особенности применения закупочной логистики, предполагающей деятельность по оптимизации и управлению товарными потоками. Определены подсистемы логистики, отмечена сущность логистики закупок как элемента торговой политики предприятия. Сформирована основная цель закупок и выполняемые задачи в процессе их осуществления. Представлена структура закупочного цикла предприятия, сформировавшегося в условиях рыночных отношений. Указаны основные критерии, положенные в основу процесса выбора источника закупки, позволяющие минимизировать потери от некачественного выполнения закупочных операций и обеспечивать соблюдение обязанностей в рамках созданных коммерческих отношений. Отмечены классические способы и форматы закупки товаров в торговых предприятиях, описаны их особенности. Составлена схема торгового процесса, определено в нем место закупочной деятельности. Обосновано влияние логистизации закупок на эффективность работы торгового предприятия. Представленные материалы могут иметь интерес для руководителей предприятий и их структурных подразделений в рамках создания эффективной системы закупок, а также ученых, научные интересы которых затрагивают проблемы логистизации торгового бизнеса.

Ключевые слова: закупочная деятельность; закупочная логистика; торговый процесс; розничное предприятие

Для цитирования: Гутникова О.Н. Логистика закупок как составляющая торгового процесса // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2023. Т. 10. № 2. С. 68-76. DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-2-0-5

UDC 658.7

Olga N. Gutnikova | Purchasing logistics as a component of the trade process

Vernadsky Crimean Federal University, Institute of Economics and Management,
21/4 Sevastopolskaya St., Simferopol 295500, Republic of Crimea, Russia
e-mail: bdv611@yandex.ru
ORCID: 0000-0003-2030-4178

Abstract. The article presents the results of a study of the essence and principles of organizing procurement activities within the framework of sales logistics by trade enterprises. The concept of “logistics” was characterized and the most interesting scientific and regulatory approaches to the interpretation of terminology are presented. Features of the use of purchasing logistics, which involves activities to optimize and manage commodity flows, are noted. Logistics subsystems are defined, the essence of procurement logistics was noted as an element of the enterprise's trade policy. The main purpose of procurement and the tasks performed in the process of its implementation have been formed. The structure of the purchasing cycle of an enterprise formed under market conditions was presented. The main criteria underlying the process of selecting a procurement source are indicated, allowing to minimize losses from poor-quality execution of procurement operations and compliance with obligations within the framework of established commercial relationships. Classic methods and formats for purchasing goods in trade enterprises are noted and their features are described. A diagram of the trading process was drawn up, and the place of purchasing activities in it was determined. The influence of procurement logistics on the efficiency of a trading enterprise was substantiated. The presented materials may be of interest to managers of enterprises and their structural units in the framework of creating an effective procurement system, as well as scientists whose scientific interests concern the problems of logistics of trade business.

Keywords: purchasing activity; purchasing logistics; trading process; retail enterprise

For citation: Gutnikova, O. N. (2024), “Purchasing logistics as a component of the trade process”, *Research Result. Business and Service Technologies*, 10 (2), pp. 68-76. DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-2-0-5

Введение (Introduction). Понятие логистика для нас не ново, еще в древней Греции, где зародился этот термин, он широко использовался, обозначая «мышление, расчет, целесообразность». Как отрасль знаний, наука об управлении материальными потоками сформировалась в 40-х годах в США, при этом толчком к развитию послужила необходимость организации эффективного передвижения войск и поставки военного оборудования. Применение логистики в гражданской сфере было обусловлено необходимостью оптимизации потоков товаров от произво-

дителя до потребителя (Касымов, Легостаева, 2018: 200).

В наше время логистика прочно вошла в экономику, представляя «...научную и практическую деятельность, направленную на организацию, управление и оптимизацию движения материальных и сопутствующих потоков от источника производства (источника ресурсов) до конечного потребителя» (Серый, Серая, Деменко, 2023: 175). Сама по себе логистизация стала выступать процессом оптимизации методов товародвижения, рационализации инструментария управления потоками.

По мнению ученых, логистику стоит рассматривать в двух аспектах: «...как область практической деятельности, функционал которой сформирован выполнением действий по хранению, грузоперевозке, управлению товарными и сырьевыми потоками, а так же как область научного исследования, направленная на создание механизма оптимизации расходов и материальных средств на всех участках товародвижения» (Тойменцева, 2016: 163).

Современная логистика представляется нам как научный системный подход к управлению потоками, формирующимся в процессе экономической деятельности. При этом само точное определение понятия до сих пор не сформировано. В научных трудах она рассматривается с нескольких позиций, включающих различные научные подходы к трактовке термина, в том числе определяющие ее как науку, практическую деятельность, методологию и методику управления, а также инструмент менеджмента. При этом все указанные подходы едины в одном, они четко определяют цель логистики, которая сводится к минимизации затрат.

Логистика как наука представлена в трудах ученых Родниковой А.Н. и Сергеева В.И. В их понимании это «...наука об управлении потоками и процессами с целью их оптимизации» (Шахназарян, Жуева, 2014: 109). Как практическую деятельность логистику рассматривает Семененко А.И., понимая под термином «...новое направление научно-практической деятельности, целевой функцией которого является сквозная организационно-аналитическая оптимизация экономических потоковых процессов» (Семенченко, Сергеев, 2003). Придерживается подхода к определению понятия логистики с методологической позиции ученый Кузьменко Н.И. В его понимании это «...методология и методика управления возникающими в процессе экономической деятельности потоками всех взаимосвязанных видов как единым целым» (Кузьменко, 2014: 89). Инструментом менеджмента логистику

считают ученые Селезнева Т.О. с коллегами. Они приводят такое определение понятию: «...логистика – интегральный инструмент менеджмента, способствующий достижению стратегических, тактических или оперативных целей организации бизнеса за счет эффективного (с точки зрения снижения общих затрат и удовлетворения требований конечных потребителей к качеству продукции и услуг) управления материальными и (или) сервисными, а также сопутствующими им потоками (финансовыми, информационными и т. п.)» (Селезнева, Лилимберг, Панина, 2022: 7).

Структуру логистики формируют ее составные элементы, представляющие собой функционально-ориентированные подсистемы, обеспечивающие на разных этапах товародвижения оптимизацию перемещения потоков. К подсистемам относятся: транспортная, сбытовая, закупочная, информационная и прочие логистики. Каждая из подсистем ориентирована на логистизацию операций в рамках совершаемого процесса (транспортировки, закупки, продажи и др.).

Логистика закупок или закупочная логистика – это «...процесс управления материальными потоками в процессе обеспечения производственных или торговых предприятий материальными ресурсами, взаимосвязанный и скоординированный с процессами производства и сбыта собственного предприятия и компаний-поставщиков» (Лосев, Давыдова, 2022: 2034). Применимо к торговой сфере логистика закупок – это построенная на принципах планомерности, ритмичности, оперативности, экономичности и централизации деятельность торгового предприятия по формированию такого канала товароснабжения, при котором закупочные процедуры происходят с минимальными затратами при условии организации бесперебойности поставок. Логистизация закупок в торговле представляется нам как деятельность, направленная на совершенствование системы материального обеспечения конечного звена цепи товароснаб-

жения. Логистика закупок является функциональной подсистемой, научный интерес к которой обусловлен особым влиянием качества построения логистических операций на экономическую эффективность продаж. Изучением особенностей организации логистики закупок, определением ее роли в процессе товароснабжения занимаются многие отечественные ученые-экономисты. Среди публикаций, посвященных ее исследованию, стоит отметить труды Широченко Н. и Худкиной Е. Сысолятина А., Гордеева К., Жидкова А. и др. (Хромов, 2020: 51). При этом до сих пор остается некоторая непроработанность аспектов, касательно места логистики закупок в самом торговом процессе, а также определении фактического влияния системы логистизации на экономическую эффективность предприятия.

Мало внимания уделено и инновационным преобразованиям, произошедшим в торговой сфере под влиянием факторов внешней среды, повлекших за собой интенсивное развитие электронной торговли, уход от традиционных способов продажи товаров. Как результат таких трансформаций, логистика закупок из общепринятой формы управления материальными потоками с целью их оптимизации превратилась в целый системный комплекс, объединяющий в себе управленческие подходы, информационно-инструментальные средства и интеграционные решения. Отмечается расширение функционала логистических приемов, которые ранее сводились к обеспечению наличия нужного товара в нужное время в нужном месте с минимальными издержками (Правило 7R) (Стыцюк, 2020: 132). В новых условиях функциональные составляющие логистики закупок ориентированы на «...формирование такой системы снабжения, при которой обеспечивается конкурентоспособный уровень торгового сервиса, а само предприятие формирует для себя условия обеспечения экономической эффективности продаж в перспективе» (Гутникова, Родин, 2023: 254).

Цель исследования (The aim of the work) – определить место логистики закупок в торгово-технологическом процессе, раскрыть суть логистизации торговли и определить ее влияние на эффективность бизнеса.

Материалы и методы исследования (Materials and Methods). В данном исследовании применялись методы кабинетного исследования, основанные на обобщении и систематизации научной и справочной литературы в направлении изучения проблем логистизации торгово-технологических процессов. Теоретическая база исследования сформирована на основе трудов отечественных ученых, представленных в наукометрических базах данных. Обобщение результатов исследования, формирование схем построения закупочного цикла, а также торгово-технологического процесса осуществлялось при помощи общенаучных методов анализа, системного и междисциплинарного подходов.

Результаты исследования и их обсуждение (Results and Discussion). Смена механизма фондового распределения товаров, применявшегося при плановой централизованной системе управления экономикой, в новых условиях свободных рыночных отношений привела к формированию такой системы закупок, при которой процедура характеризуется свободой выбора, равенством партнеров и множественностью источников закупки (Королева, 2015: 83). Основной целью логистики закупок стало создание системы товарного снабжения, при которой предприятие обеспечивается ресурсами с минимальными затратами при самых оптимальных условиях поставки. В этом случае задачи, которые выполняет логистика закупок, ориентированы на формирование товарных запасов, размер и характеристики которых обеспечивают устойчивость ассортимента, при этом не формируются дополнительные затраты, связанные с его обслуживанием. Это обеспечивается за счет поиска лучших ценовых предложений и

условий закупки, организации своевременного поступления партий товара и проведения контроля за приемочными процедурами, регулярного учета складских остатков, мониторинга динамики изменения спроса для определения точных размеров потребностей, взаимодействия с про-

изводственными и сбытовыми структурами и оптимизации распределения.

Закупочная процедура теперь имеет определенную цикличность и состоит из ряда этапов, составляющих закупочный цикл, представленный на рисунке 1 (Гутникова, 2018: 304; Андреасян, Федоров, 2021: 613).

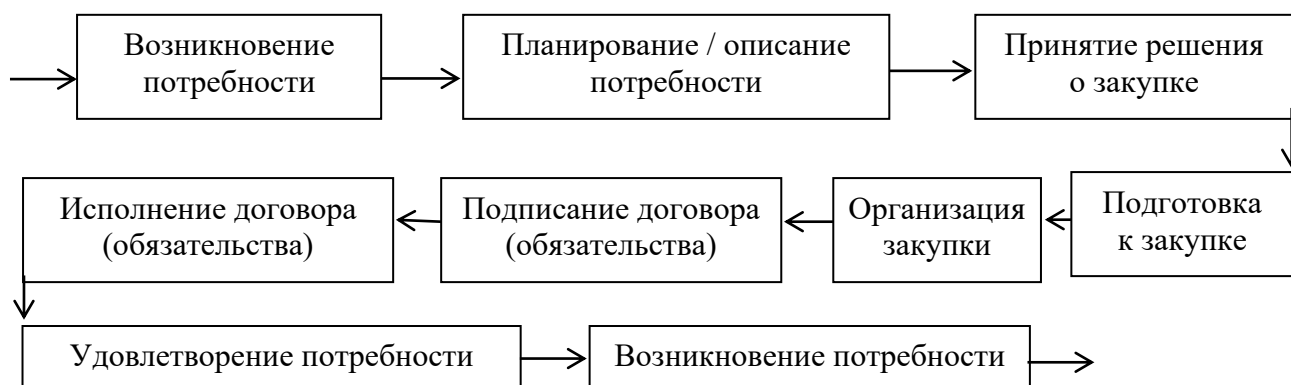


Рис. 1. Структура закупочного цикла торгового предприятия
Fig. 1. Structure of the purchasing cycle of a trading enterprise

В данном цикле особое место как элементу логистизации отводится процедурам подготовки к закупке и ее осуществлению. Степень удовлетворения потребности от за-

купки будет зависеть от рационального выбора поставщика (источника закупки). С этой целью определяются отдельные критерии, положенные в основу выбора (табл. 1).

Таблица 1

Критерии выбора поставщика товаров

Table 1

Criteria for selecting a supplier of goods

Критерий	Характеристика
Уровень репутации поставщика, рассматриваемого как делового партнера, установленный путем опроса потребителей его продукции	- степень соответствия выполнения договорных обязанностей - экономическое положение на товарном рынке - стратегические решения в направлении долгосрочных хозяйственных связей - система ценообразования в рамках ценовой политики и т. д.
Наличие системы менеджмента качества (СМК) и уровень ее применения, оцененный при помощи экспертной оценки	- степень соответствия применяемой системы типу производства заказчика - степень соответствия системы и выпускаемой (реализуемой) продукции отечественным / международным стандартам и т.д.
Уровень технической оснащенности, технологические возможности обеспечения должного уровня качества товара	- техническая оснащенность производственного цикла - эффективность входящего и исходящего контроля уровня качества продукции

ра (продукции)	- эффективность контроля параметров технологических процессов и т.д.
Уровень оптимальности условий поставки товара (продукции)	- размеры и структура объемов поставок товара в установленные сроки - применяемые нормы и условия отгрузки - вид транспорта, используемого при транспортировке, модальность, расстояние, уровень транспортных расходов и т.д.
Уровень качества послепродажного взаимодействия / организованный торговый сервис	- уровень и степень построения межотраслевой (межорганизационной) коммуникабельности; - степень соответствия консультаций запросам покупателей; - адаптивность к кооперации (объединению) с другими поставщиками - готовность к удовлетворению необходимых пожеланий, других торговых услуг т.д.

Ориентация на указанные критерии позволяет сократить возможные дополнительные затраты (потери), которые могут возникнуть в процессе закупки из-за ненадлежащего уровня ее организации. Качественно выбранный источник закупки максимально исключает вероятность нарушения условий поставки, степень выполнения и уровень соответствия ожиданиям.

Процесс закупки можно осуществлять несколькими способами, ориентированными на особенности создания товарных запасов. При этом, логистизация процесса закупки и минимизация затрат будет зависеть от выбранного формата и технических возможностей торгового предприятия (табл. 2) (Андреасян, Федоров, 2021: 614).

Таблица 2

Способы и форматы закупки товаров в торговых предприятиях

Table 2

Methods and formats for purchasing goods in trade enterprises

Способ закупки	Особенности	Форматы закупки
Традиционный	Создаются запасы всех необходимых предприятию товаров. Высокие расходы на содержание персонала и складов.	Отсутствуют
Системный	Обеспечивается регулярная коммуникация между заказчиком и поставщиком. Предприятие оценивает собственные минимальные остатки ресурсов, чтобы определить, какие именно товары (продукцию, материалы, сырье) нужно закупать.	«JIT (just in time) позволяет обеспечить наличие товаров в нужное время и в достаточном количестве, гарантирующее бесперебойную коммерческую торговлю» Гутникова, 2018: 303). MRP (material requirement planning) – ключевым фактором выступает уровень потребительского спроса на конкретную позицию, закупки осуществляются в зависимости от интенсивности спроса. LP (lean production) – делается акцент на максимальном сокращении издержек, снижении потерь за счет моментального реагирования на рыночные колебания.

Выбор формата закупки зависит от специализации ассортимента торгового предприятия, структуры и интенсивности сформированного спроса, наличия финансовых ресурсов, степени интеграции предприятия в рыночную структуру. Учитывая

характеристики форматов закупки, необходимо отметить, что логистика закупок, как и сама закупочная процедура, не может рассматриваться отдельно от других операций торгово-технологического процесса, представленного на рисунке 2.



Рис. 2. Операции торгово-технологического процесса
Fig. 2. Operations of the trade and technological process

Закупка товаров и услуг в данной схеме представляется нам как операция торгово-технологического процесса, а также как элемент торговой политики предприятия. Учитывая ее роль в системе товарного снабжения и организации запасов, именно логистизация закупок в большей степени обеспечивает предприятие таким предложением, при котором оптимально сбалансированные цены соответствуют представленному ассортименту

(его рациональности), что в итоге дает возможность конечному потребителю в месте продажи приобретать товары, наиболее удовлетворяющие его потребительские запросы. А это, в свою очередь, ведет к формированию долгосрочной перспективы удержания потенциальных покупателей, созданию высокой лояльности к торговому предприятию.

Эффективность влияния логистизации закупок на деятельность предприятия

проявляется в сокращении объемов издержек, формируемых непосредственно в процессе товародвижения. Это снижение объемов потерь из-за нарушения сроков поставки, недопоставки товаров по количеству или расхождений по качеству, минимизация брака и порчи в процессе транспортировки, сокращение количества приемочно-сдаточных операций, требующих затрат физического труда, его обеспечения, оплаты и т.д. Благодаря выбору оптимального источника закупки, обладающего наиболее рациональной ценой и условиями поставки, при сокращении логистических затрат предприятие получает возможность сформировать такую стоимость товара, которая обладает конкурентными преимуществами, привлекая покупателей, а так же дает возможность получать высокую прибыль, тем самым повышая эффективность продаж. Обеспечение выгодного для предприятия сбыта поддерживается созданием бесперебойной системы поставок, благодаря чему формируется устойчивый ассортимент, а оптимизация размеров товарных запасов позволяет сократить их потери в процессе хранения и реализации.

Заключение (Conclusions). Логистика закупок в торговле – это построенная система снабжения предприятия материальными и другими ресурсами, основанная на принципах минимизации затрат. Логистизация закупки как операции торгово-технологического процесса имеет цель сформировать снабжение предприятия при условии закупки товаров у наиболее рациональных поставщиков (производителей), с использованием такого формата закупки, который позволяет оптимизировать размеры товарных запасов, снижая затраты на их содержание и обслуживание. В итоге создается система бесперебойного снабжения, сокращается время и стоимость поставок, что в свою очередь позволяет обеспечить население товарами в нужном объеме и по доступным ценам. Сокращение затрат по закупочным процедурам отражается на размерах получаемой прибыли,

тем самым повышается эффективность торговой деятельности, создается лояльное отношение потребителей к торговому предприятию, обеспечивающее в перспективе его конкурентоспособность.

Информация о конфликте интересов: автор не имеет конфликта интересов.

Conflicts of Interest: the author has no conflict of interest.

Список источников

Андреасян Г.М., Федоров М.Е. Планирование материальных потребностей (MRP) // Экономика и социум. 2021. № 4 (83). Ч.1. С. 612-616.

Гутникова О.Н. Влияние логистической концепции «Just In Time» на оптимизацию товарных запасов в торговых предприятиях // Дни науки КФУ им. В.И. Вернадского. Сборник тезисов участников IV науч.-практ. конф. профессорско-преподавательского состава, аспирантов, студентов и молодых ученых (г. Симферополь). 2018. С. 303-305.

Гутникова О.Н., Родин Д.Д. Научный подход к определению понятия «закупочная деятельность» // Инновационные научные исследования в современном мире. Сборник научных статей по материалам X Международной научно-практической конференции. В 2 частях. Часть 1. Уфа, 2023. С. 253-260.

Касымов А.Ж., Легостаева А.В. Исторические аспекты возникновения и развития логистики // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2018. №7 (33). Т 1. С. 200-203.

Королева В. Л. Методы выбора поставщиков // Экономика, управление, финансы: материалы V Междунар. науч. конф. (г. Краснодар, август 2015 г.), Новация, 2015. С. 83-84.

Кузьменко Н.И. Научные подходы к определению понятия «логистика» // Территория науки. 2014. № 1. С. 87-90.

Лосев В.С., Давыдова В.Р. Особенности и проблемы закупочной логистики малого предприятия в сфере ротационного формирования // Креативная экономика. 2022. Том 16. № 5. С. 2033-2044.

Селезнева Т.О., Лилимберг С.И., Панина Г.В. Основы логистики. Учебное пособие по направлениям подготовки 38.03.01 Экономика, 38.03.02 Менеджмент. Костанай: Костанай-

ский филиал ФГБОУ ВО «ЧелГУ», 2021. – 116 с.

Семенов А.И., Сергеев В.И. Логистика. Основы теории: Учебник для вузов. СПб. Издательство «Союз», 2003. – 544 с.

Серый Д.Г., Серая Н.Н., Демченко М.В. Логистика в отраслях экономики // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2023. № 2 (68). С. 174-178.

Стыцок Р.Ю. Особенности использования модели комплекса маркетинга «7p» финансовыми компаниями в условиях цифровизации // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. 2020. № 4. С. 132-139.

Тойменцева А.А. Логистизация товародвижения в торговле // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2016. № 5. С. 162-171.

Хромов И.Е. Принципы моделирования процессов в системе государственных закупок Российской Федерации // Экономика и управление народным хозяйством. 2020. № 9 (190). С. 51-55.

Шахназарян С.А. Проблема определения термина «логистика» в современной литературе // Вестник Удмуртского университета. Серия «Экономика и право». 2014. № 1. С. 109-115.

References

Andreasyan, G.M. and Fedorov, M.E. (2021), “Material requirements planning (MRP)”, *Economy and society*, 4 (83). P. 1, pp. 612-616.

Gutnikova, O.N. (2018), “The influence of the “Just in Time” logistics concept on the optimization of inventory in retail enterprises”, *Days of Science at Vernadsky KFU*, Collection of abstracts of participants of the IV scientific and practical conference. teaching staff, graduate students, students and young scientists, Simferopol, pp. 303-305.

Gutnikova, O.N. and Rodin, D.D. (2023), “A scientific approach to defining the concept of Purchasing Activities”, *Innovative scientific research in the modern world*, Collection of scientific articles based on the materials of the X International Scientific and Practical Conference, P.1, pp. 253-260.

Kasymov, A.Zh. and Legostaeva, A.V. (2018), “Historical aspects of the emergence and development of logistics”, *Innovative economy: prospects for development and improvement*, 7 (33), T. 1, pp. 200-203.

Koroleva, V. L. (2015), “Methods for selecting suppliers”, *Economics, management, finance*, Materials of the V International. scientific conf., Krasnodar, August 2015, pp. 83-84.

Kuzmenko, N.I. (2014), “Scientific approaches to defining the concept of Logistics”, *Territory of science*, 1, pp. 87-90.

Losev, V.S. and Davydova V.R. (2022), “Features and problems of purchasing logistics of a small enterprise in the field of rotational molding”, *Creative economy*. V. 16, 5, pp. 2033-2044.

Selezneva, T.O., Lilimberg, S.I. and Panina, G.V. (2021), *Basics of logistics. Tutorial*, Kostanay, Kostanay branch of the Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education “ChelSU”, 116 p.

Semenenko, A.I. and Sergeev, V.I. (2003), *Logistics. Fundamentals of theory*, Textbook for universities, SPb., Publishing house "Soyuz", 544 p.

Sery, D.G., Seraya, N.N. and Demenko, M.V. (2023), “Logistics in economic sectors”, *Innovative economy: prospects for development and improvement*. 2 (68). pp. 174-178.

Stytsyuk, R.Yu. (2020), “Features of the use of the 7p marketing mix model by financial companies in the context of digitalization”, *STAGE: economic theory, analysis, practice*, 4, pp. 132-139.

Toymentseva, A.A. (2016), “Logistics of goods distribution in trade”, *Economics: yesterday, today, tomorrow*, 5, pp. 162-171.

Khromov, I.E. (2020), “Principles of modeling processes in the public procurement system of the Russian Federation”, *Economics and management of the national economy*, 9 (190), pp. 51-55.

Shakhnazaryan, S.A. (2014), “The problem of defining the term “Logistics” in modern literature”, *Bulletin of Udmurt University. Series «Economics and Law»*, 1, pp. 109-115.

Данные об авторе

Гутникова Ольга Николаевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела

Information about the author

Olga N. Gutnikova, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Marketing, Trade and Customs Affairs