

FTAXP 64.01.75

ЭОЖ 658.7

JEL A12

<https://doi.org/10.46914/1562-2959-2023-1-2-159-171>

Ж.К. КЕГЕНБЕКОВ,*¹

т.ғ.к., қауымдастырылған профессор.

*e-mail: kegenbekov@dku.kz

ORCID ID: 0000-0001-8175-7440

Е.А. БУРМАТОВА,¹

қызметкер.

e-mail: burmatova.e2018@gmail.com

ORCID ID: 0000-0002-6371-6159

А.У. ЖУМАНОВ,²

докторант.

e-mail: azat_jumanov@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-4401-4362

¹Қазақстан-Неміс университеті,

Алматы қ., Қазақстан

²Railways Engineering ЖШС,

Алматы қ., Қазақстан

КӘСІПОРЫНДАҒЫ САТЫП АЛУ ЖҮЙЕСІН ОҢТАЙЛАНДЫРУ ӘДІСТЕРІН ТАЛДАУ

Аңдатпа

Бүгінгі таңда сатып алу қызметі экономикалық қызметтің әр субъектінде маңызды рөл атқарады және кәсіпорынның маңызды салаларының бірі болып саналады, өйткені ол субъектінің сәтті қызметінің негізін қалайды. Әлемдік экономиканың қарқынды өсуі мен бизнестің жаһандануының арқасында халықаралық деңгейде де, жергілікті деңгейде де жеткізілім тізбегі анағұрлым интеграцияланған және нәтижесінде нарықта мүмкін болатын бәсекелестік артықшылыққа ие болу үшін кәсіпорындар жеткізілім тізбегіне ерекше назар аударып, оларды нығайту, күшейту және оңтайландыру үшін көп күш салуы керек. Логистикалық қызметтің кеңінен дамуына байланысты сатып алу қызметі корпоративтік стратегия құрамындағы ең маңызды рәсімге айналды, өйткені сатып алу жүйесін тиімді басқарумен ол жалпы шығындарды азайту құралдарының біріне айналады, нәтижесінде кірістіліктің үлкен деңгейіне қол жеткізіледі. Бөлшек саудагерлердің сатып алу қызметі тұтастай алғанда жеткізу тізбегіндегі жұмыс жағдайларына теріс әсер етуі мүмкін. Жеткізуші компаниядағы сатып алудағы көптеген негізгі процестер мен шешімдер, мысалы, мерзімдер, сатып алушы-жеткізуші қарым-қатынасы, сыни басқару, жеткізушілерді іздеу, жеткізуші компаниялардың өндірісі мен жұмыс күшін қалай басқаратындығына және еңбек жағдайларына жанама әсер етуі мүмкін. Осылайша, сатып алу жүйесін тиімді ұйымдастыру және басқару проблемасын жетілдіру экономикалық қызметтің әр субъектісінің жетістігіне және оның бәсекеге қабілеттілігіне айтарлықтай әсер етуге мүмкіндік береді.

Тірек сөздер: сатып алу логистикасы, сатып алу жүйесі, жеткізуші, қарым-қатынасты басқару, тиімділікті бағалау, бөлімшелердің өзара әрекеті.

Кіріспе

Жиһаз индустриясындағы қарқынды бәсекелестік аясында кірістерге ғана емес, сонымен қатар сатып алу саласындағы әлеуетті қарқынды зерттеуге күш салу қажет. Сатып алудағы сәттілік факторларын жақсы білу және өз компанияңызды бәсекелестердің сатып алу үлгісімен салыстыру тиісті оңтайландыру әрекеттерін бастауға көмектеседі. Шынында да, көптеген жоғарғы компаниялар сатып алуды оңтайландыру бойынша көбірек шаралар қабылдайды, мысалы, негізгі деректерді талдау және жеткізушілермен тұрақты кездесулер. Нәтижесінде алынған нәтижелер кішігірім жиһаз компанияларында сатып алуды кәсібилендірудің болашақ стратегияларына маңызды әсер етеді, мысалы, цифрлық тапсырыс беру процестерін – электрондық пошта, ғаламтор немесе электрондық сатып алу жүйелері арқылы жүзеге асыруға қатысты.

Бүгінгі таңда бүкіл әлемде кәсіпорынның сатып алу қызметін тиімді басқару мен жоспарлаудың рөлі артып келеді, өйткені сатып алу жүйесін тиімді басқара отырып, ол жалпы шығындарды азайту құралдарының біріне айналады, сонымен қатар көптеген басқа маңызды факторларды қамтиды, мысалы, жеткізушінің тауарларды жеткізу уақыты, жеткізілген тауарлардың сапасы, сондай-ақ жеткізушінің ең қысқа мерзімде ұйымдастыру мүмкіндігі, қосымша кезеңде жоспардан тыс жеткізілімдер. Бұл факторлар тұтастай алғанда жеткізу тізбегіне айтарлықтай әсер етуі мүмкін. Зерттеудің мақсаты жиһаз кәсіпорнының сатып алу жүйесін оңтайландыру бойынша ұсыныстар әзірлеу болды. Мақалада сатып алу жүйесін талдау кезінде анықталған бірқатар кемшіліктер келтірілді және оларды жою, компанияның сатып алу бөлімінің жұмысын жақсарту бойынша ұсыныстар жасалды. Нақты зерттеу 2022 жылдың бірінші жартысында жүргізілді.

Материалдар мен әдістер

Зерттеудің теориялық және әдіснамалық негізі жабдықтау логистикасы, логистика және жеткізу тізбегін басқару саласындағы жетекші отандық және шетелдік ғалымдардың ғылыми еңбектері болды, мысалы, Д. Бауэрсокс, Д. Клосс, А.М. Гаджинский және т.б. еңбектері, сондай-ақ келесі авторлардың ғылыми-зерттеу мақалалары талданды: С. Ахметқалиева, Д. Алимханова және А. Мицель, Е. Демакова, О. Иванова және Т. Лаврова, Э. Мамратова және Т. Фараджова. Зерттеу барысында және қойылған зерттеу міндеттерін шешу барысында логистикалық талдаудың заманауи әдістері басшылыққа алынды. Зерттеудің теориялық негізін салыстыру, талдау, дерексіз әдіс, деректерді синтездеу сияқты әдістер құрады.

Қызмет провайдерлерін анықтау үшін факторларды бағалау әдісі, жұптық салыстыру әдісі, балл әдісі, шығындар коэффициенті әдісі, АНР әдісі қолданылды.

Материалдарға қажеттілікті болжау үшін үш әдіс қолданылды: аңғалдық болжау әдісі, ұзақ мерзімді орташа әдіс, жылжымалы орташа өлшеу әдісі.

Бұл мақала жиһаз компаниясындағы сатып алу жүйесінің ағымдағы жағдайын, атап айтқанда жеткізушіні таңдау аспектісін талдауға арналған. Бұл жұмыста жиһаз инфрақұрылымы үшін жеткізушіні таңдау көрсеткіштерін жан-жақты зерттеу, әр көрсеткіштің маңыздылығын бағалау және бастамашылар, шешім қабылдаушылар, сатып алушылар мен пайдаланушылар арасындағы көрсеткіштер арасындағы байланысты табу ұсынылады. Критерийлердің маңыздылық метрикасының иерархиясы арқылы жеткізушіні таңдау процесі аз қиындықтармен және қиындықтармен анықталуы, қайталануы және тексерілуі мүмкін. Бұл сатып алу саласын жақсартуға көмектеседі, өйткені бұл зерттеу жеткізушіні таңдауда белгіленген саясат пен процедураларды әзірлеуге және қайта анықтауға қабілетті. Бұл жүйелі процесті әзірлеу жеткізушінің таңдауын оңтайландыруға және осылайша барлық мүдделі тараптар үшін құндылықты арттыруға мүмкіндік береді, өйткені таңдау процесі айтарлықтай жеңілдетілген. Жаңа қайта қаралған саясат пен процедуралар компанияның тиімділігі мен пайдасын арттырып қана қоймай, сатып алуды дамытуда үлкен биіктерге жетуге мүмкіндік береді.

Негізгі ережелер

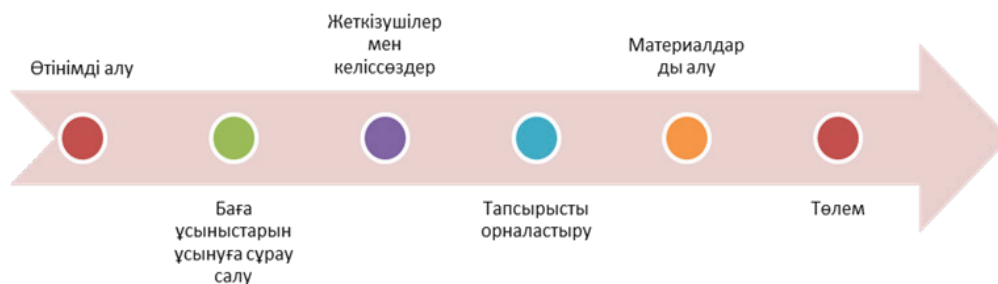
Сатып алу қызметі экономикалық қызметтің әрбір субъектінде маңызды рөл атқарады және кәсіпорын қызметінің маңызды салаларының бірі болып саналады. Дегенмен, сатып алу жүйесінің маңыздылығы материалдарды сатып алудың түпкілікті құнында ғана емес, сонымен қатар жеткізушінің тауарларды жеткізу уақыты, жеткізілген тауарлардың сапасы, сондай-ақ жеткізушінің қысқа мерзімде қосымша жоспардан тыс жеткізілімдерді ұйымдастыру мүмкіндігі сияқты көптеген басқа маңызды факторларды қамтиды. Бұл факторлар тұтастай алғанда жеткізу тізбегіне айтарлықтай әсер етуі мүмкін.

Сатып алу қызметі – бұл қажетті ресурстармен қамтамасыз ету мақсатында кіріс материалдық ағындарды басқаруды және кәсіпорын ішіндегі материалдарды беруді жүзеге асыратын функция. Сатып алу қызметі материалдық қажеттілікті анықтау және болжауды, жеткізушіні іздеуді, бағалауды және таңдауды және бағаны келісуді қамтиды.

Сатып алу логистикасының келесі мақсаттары бар:

- ◆ кәсіпорынды қажетті тауарлармен, ресурстармен және қызметтермен қамтамасыз ету;
- ◆ компания жеткізушілерін тиімді басқаруды жүзеге асыру;
- ◆ сатып алынатын өнімнің сапасын арттыру;
- ◆ тауарларды сатып алуға байланысты шығындарды оңтайландыру.

Сатып алу қызметі үрдіс ретінде түпкілікті нәтижеге қол жеткізуге бағытталған кезеңдердің жиынтығы болып табылады және өндіріс, тасымалдау және сақтау функцияларымен қатар ресурстарды дайын өнімге айналдыру үрдісінің буыны болып табылады (1-сурет).



Сурет 1 – Процесс ретінде сатып алу қызметінің тізбегі

Ескертпе: [12] дереккөз негізінде дайындалған.

Сатып алу тізбегіндегі әр кезең не сатып алу керек, тауар қандай сипаттамаларға жауап беруі керек, кімнен және қалай сатып алуға болатындығы туралы ақпарат береді.

Сатып алу қызметі жабдықтаудың кең функциясының құрамдас бөлігі болып табылады. Сатып алу қызметі ақшалай төлемнің орнына тауарды меншікке сатып алуды көздейді, ал жабдықтау тауарды қарыз алу, лизинг, айырбастау сияқты басқа тәсілдермен алуды білдіруі мүмкін, сондай-ақ «жеткізушіден өндірістік немесе құрастыру кәсіпорындарына, қоймаларға немесе бөлшек сауда дүкендеріне материалдарды, өндірістік компоненттерді сатып алуды және сыртқы жеткізуді ұйымдастыруды қамтиды».

Шкаф жиһазын өндіру саласындағы жұмыста қатаң бақылауды қажет ететін ең маңызды факторлар дайын өнімнің қауіпсіздігі мен сапасы болып табылады. Корпустық жиһаз өндірісінің негізгі материалдары болып табылатын ағаш, бекіткіштер, тартылатын және көтергіш механизмдер жеткізу кезінде ең мұқият тексеруден өтуі керек, өйткені бұл материалдардың кез келген тозуы мен ақауы қауіпсіздікке, түпкілікті өнімнің сапасына және тұтынушылардың қанағаттануына тікелей әсер етеді. Осыған сүйене отырып, тиімді тексеру тауарды қабылдауға қатысатын қойма қызметкерлерінің ерекше дайындығы мен мұқият болуын талап етеді.

Жиһаз компаниясында сатып алу туралы шешім қабылдаудың белгіленген рәсімі және «баға-сапа» арақатынасы қағидаты ұстанылмайды, негізінен жеткізушінің тауарының құны ғана ескеріледі, тиісінше, жеткізушілерді бағалау және салыстыру рәсімі де жоқ, бірақ мұндай сатып алу жүйесі қазіргі уақытта өндірістің соңғы өніміне айтарлықтай зиян келтірместен жұмыс істейді. Компанияға сатып алу бөлімінің жұмыс сапасын үнемі оңтайландыру және жақсарту стратегиясы қажет.

Тиімді жұмыс істейтін сатып алу жүйесінің құрылымы келесідей:

- ◆ жеткізушіні таңдау жалпы өндірістік кәсіпорынның тиімділігіне тікелей әсер етеді.

Егер сатып алу жөніндегі маман кейіннен сапа стандарттарына сәйкес келетін өнімді жеткізе алмайтын жеткізушімен ынтымақтастықты бастаса, онда бұл бұзылуларды жоюға және қалдықтар нормасының ұлғаюына әкеледі. Егер сатып алу жөніндегі маман келісілген жеткізу кестесі бойынша тауарды жеткізу бойынша өзінің белгіленген міндеттемелерін орындамайтын өнім берушіні таңдаса, онда бұл өндірісті кідіртуге және тоқтатуға, өндірісті қайта жоспарлауға қосымша шығындарға әкеп соғады, бұл өндіріс тиімділігінің деңгейін төмендетеді және клиенттердің қанағаттанбауын және компания имиджінің нашарлауын тудырады;

◆ кәсіпорын клиенттерге қажетті өнімді белгіленген мерзімде, сонымен бірге қажетті сапа және қолайлы бағамен ұсынған жағдайда бәсекеге қабілетті болып саналады. Егер сатып

алу бөлімі қажетті сапаны өндіру үшін материалдарды қажетті уақытта және компания үшін оңтайлы бағамен ұсынбай, өз жұмысын жеткілікті тиімді орындамаса, кәсіпорын осы шарттарды орындай алмайды;

- ♦ сатып алу бөлімінің жұмысы компанияның имиджіне де әсер етеді. Кәсіпорынның жеткізушілеріне қатысты саясаты және олармен өзара әрекеттесу тәсілі бүкіл кәсіпорын туралы оң және теріс пікір тудыруы мүмкін. Ақпарат бір жеткізушіден екіншісіне таралады, бұл жақсырақ шарттары бар жаңа жеткізушілермен ынтымақтастық мүмкіндігіне әсер етуі мүмкін;

- ♦ сатып алу бөлімі нарықтағы бағалар, тауарларды жеткізудің жаңа көздері, жаңа технологиялар мен өнімдердің пайда болуы және нарықтағы сұраныстың өзгеруі туралы ақпаратқа ие болу тұрғысынан компанияның басқа бөлімшелеріне де пайдалы болуы мүмкін.

Сенімсіз жеткізушімен шарт жасаспау үшін кәсіпорын бұрын ынтымақтаспаған бейтаныс жеткізушілермен қарым-қатынас орнату туралы ұсыныстар беруі қажет. Компанияның сатып алу жүйесін талдау кезінде сенімсіз жеткізушілердің негізгі белгілері анықталды: материалдар сапасының сәйкес келмеуі, Шарт талаптарын сақтамау, өзгерістерге қабілетсіздік.

Жеткізуші туралы ақпаратты өз бетінше іздеу келесі құралдардың көмегімен жүзеге асырылуы мүмкін:

- ♦ баспа каталогтары. Олардың мазмұны ұсынылатын тауарлардың бағаларын, сипаттамаларын, суреттерін қамтуы мүмкін. Бірақ, баспа түріндегі каталогтардың бір маңызды кемшілігі бар: олардағы ақпарат ескіруге бейім, кейде тіпті жарияланғанға дейін, нарықтың динамикасына байланысты;

- ♦ электрондық каталогтар. Жеткізушілер мен олар туралы ақпаратты негізінен B2B компанияларында шоғырланған арнайы мәліметтер базасы арқылы іздеу пайдалы болады. Мұндай мәліметтер базасында жеткізуші және оның беделі туралы нақты ақпарат – өнім туралы толық ақпарат беру арқылы жеткізуші мен сатып алушының өзара әрекеттесуін жеңілдетеді. Сондай-ақ, жеткізушінің жұмысын бағалау үшін клиенттердің электрондық каталогтағы шолуларда қалдырған пікірлері пайдалы болады. Сондай-ақ, сатушының каталогтары бар, олар белгілі бір жеткізушінің веб-сайты болып табылады, онда жеткізушінің барлық тауарлары туралы ақпарат беріледі. Сатушы каталогтарының артықшылықтарына тек өнімдегі өзекті ақпаратты алуды жатқызуға болады, өйткені веб-сайтты жеткізушінің өзі үнемі жаңартып отырады, каталогты тәуліктің кез келген уақытында пайдалану мүмкіндігі және онлайн-сатып алуды оңай орналастыру мүмкіндігі бар;

- ♦ салалық журналдар жаңа өнімдер мен материалдар, жеткізушілер мен қызметкерлер туралы ақпарат алу, жарнамалық акцияларды бақылау үшін пайдалы болуы мүмкін;

- ♦ сауда өкілдері ең құнды ақпарат көздерінің бірі болып табылады, өйткені олар өндіріс, жеткізушілер, ұсынылатын тауарлар және мәмілені жүргізу ерекшеліктері туралы толық ақпаратқа ие. Алайда, сауда өкілімен келіссөздерден кейін ақпаратты жұмыс істеу оңай болатын түрге көшіру үшін уақыт қажет;

- ♦ жеткізушінің бұрынғы немесе қазіргі клиенттерінің ұсыныстарында сіз жеткізушінің жұмысы және онымен қарым-қатынас туралы ақпарат ала аласыз. Алайда, ұсыныс беретін Тапсырыс беруші компанияның мөлшері мен мақсаттарына назар аударған жөн. Сондай-ақ, компания қоятын сұрақтар неғұрлым егжей-тегжейлі жауап алу үшін ашық және нақты тұжырымдалуы керек екенін атап өткен жөн;

- ♦ сондай-ақ, ең жақсы жеткізушіні таңдауда өз көмегін ұсынатын делдалдық агенттіктерге жүгіну мүмкіндігі бар, алайда бұл әдіс агенттікке сыйақы төлеуге қосымша шығындарды қамтиды.

Сондай-ақ, егер жеткізуші өндіруші болса, бағалау кезінде өндірістің өзіне бару қажет. Сарапшылар тобы өндіріске жеке барған кезде материалдарды өндіру және өңдеу шарттарын зерттеп, өндірістегі нашар жағдайлар мен мәселелерді анықтап, жеткізушінің үнсіз қалуы мүмкін екенін анықтауға болады. Өндірістік қуаттар, олардың жүктелуі де тексерілуі керек, өндірістік желілерге қосымша жүктеме алу мүмкіндігі, сондай-ақ өнімнің асығыс өндірілетіндігі бағалануы керек, өйткені мұндай жағдай сапасыз өнімді өндіру қаупін тудырады. Бір өндірістік циклге қатысу жедел топқа өндірістің тиімділігі мен сапасын бағалауға мүмкіндік береді.

Әдебиетке шолу

Қазақстан экономикасының әлемдік саудаға интеграциялануы және нарықтық қатынастардың одан әрі дамуы, инновациялық дамуға бағытталуы, мемлекеттік саясаттың әлеуметтік бағдарлануының басымдылығында сақталуы және шығыстарды оңтайландыру жүйесін құру тауарларды, жұмыстарды, көрсетілетін қызметтерді сатып алу жүйесін құру және басқару әдістерін қалыптастыруға тәсілдерді уақтылы қайта бағалау және сатып алудың қаржылық тетігін жетілдіру қажеттігін негіздейді.

Ғылыми ортада Мемлекеттік сатып алу жүйесінің жұмыс істеу проблемаларына кең және мұқият назар аударылады. Ұлы Петрдің Санкт-Петербург политехникалық университетінің және Кемерово мемлекеттік университетінің ғалымдары өз зерттеулерінде қолданыстағы тәжірибені бағалады және кәсіби бағдарламалық жасақтаманы, мобильді қосымшаны қолдана отырып, Мемлекеттік сатып алу шешімдерін жетілдіру, бүтін бағдарламалау моделі бойынша ұсыныстар жасады [1–4].

Қазіргі нарықтар жағдайында компания өз мақсаттары мен міндеттерін дербес анықтайды, ағымдағы экономикалық жағдайға байланысты басқарудың тиімді әдістерін таңдайды. Компания нарығында орнықты жағдайға қол жеткізу үшін стратегиялық басқаруға байланысты тәсілдерді жетілдіру, атап айтқанда, арнайы экономикалық тетіктерді пайдалана отырып, ресурстармен қамтамасыз етудің бәсекелестік стратегиясын әзірлеу қажет. Стратегияны жетілдіру бағыттарының бірі шикізатты ұтымды сатып алу процесін қамтамасыз ету үшін ғылыми негізделген басқару жүйесін қолдану болуы мүмкін, бұл кәсіпорынның бизнес-процестерін егжей-тегжейлі жоспарлауға мүмкіндік береді [5–7].

Қалалық логистиканы жақсартудағы ірі сатып алушылардың рөлі ғалымдар мен мамандардың назарын аударуда. Осы саладағы білім, ұсыныстар мен келісімдер алушылардың тауарлар мен қызметтерді сатып алу кезінде тиімді және эмиссиясыз қалалық логистикаға үлес қосқысы келетін, қабілеттері мен мүмкіндіктерін көбірек көрсетуге әкелді [8–11].

Нәтижелер мен талқылау

Сатып алу қызметін жүргізу кезінде кәсіпорындардың көпшілігі сатып алуды жүзеге асыратын арнайы құрылымдық бөлімшенің болуын білдіретін орталықтандырылған тәсілді қолданады.

Сатып алу қызметін жүргізуге орталықтандырылған көзқарас бірқатар артықшылықтарға ие, мысалы, әкімшілік қайталанудың болмауы, сатып алу бойынша барлық міндеттемелерді қатаң бақылау, сатып алынатын өнімді стандарттау.

Сатып алу процесі келесідей жүреді:

- ◆ талап етілетін тауардың сипаттамаларын және оның мөлшерін анықтау;
- ◆ осы тауарды алуға болатын көздерді анықтау және талдау;
- ◆ сатып алуға өтінім дайындау және оны жеткізушілерге орналастыру;
- ◆ тапсырыстың орындалуын бақылау және қажет болған жағдайда жеткізушіге қысым жасау;
- ◆ жеткізілген тауарды қабылдау және тексеру;
- ◆ төлем жасау қажет шот-фактура, содан кейін ресурстардың есебін жүргізу.

Зерттеу нәтижесі жиіаз компаниясының сатып алу жүйесін оңтайландыруға мүмкіндік береді. MRP жүйесін енгізу кәсіпорын ішінде де, жеткізушілер арасында да ақпарат ағынын жақсартуға және автоматтандыруға мүмкіндік береді және кәсіпорын тиімділігіне басқа да артықшылықтар береді. Материалдарға қажеттілікті болжау, «өндіру немесе сатып алу» мәселесін шешу және пайдалануға ұсынылатын тапсырыстың оңтайлы мөлшерін есептеу бойынша аналитикалық есептеулер сатып алу қызметі саласында негізделген шешімдер қабылдауға мүмкіндік береді. Жұмыс барысында алынған қорытынды, сатып алу қызметін ұйымдастыру мен тиімділігін арттырудың заманауи мәселелерін кешенді тәсілді қолдану арқылы шешуге болады.

Жиһаз компаниясы тауарларды сатып алуды, сақтауды, өндіруді және өткізуді, құрастыру қызметтерін көрсетуді жүзеге асырады, сондай-ақ негізгіге ілеспе қосымша функцияларды орындайды, мысалы:

- ◆ жеткізушілермен қарым-қатынасты қолдау;
- ◆ тауарларды жеткізуге шарттар жасасу;
- ◆ тауарлар ассортиментін қалыптастыру;
- ◆ нарықты талдау және сатып алушылардың сұранысын зерттеу;
- ◆ тұтынушыларға тауар жеткізуді ұйымдастыру;
- ◆ сатудан кейінгі қызмет көрсету қызметтерін көрсету.

1-кестеде сатып алу процесіне жауапкершілікті бөлуді зерттеу бойынша деректер көрсетілген.

Кесте 1 – Сатып алу процесіне жауапкершілікті бөлу

Жауапты тарап	Жауапкершілік аймағы
Бөлім басшылары	- сатып алынатын тауарларға қойылатын талаптарды белгілеу.
Сатып алу бөлімінің директоры	- ТМҚ жеткізушілерін бағалау және таңдау; - компания талаптарын сақтай отырып, тауарлар мен материалдарды сатып алу шарттарына қол қою; - жеткізушілермен қарым-қатынасты дамыту.
Сатып алу бөлімінің қызметкерлері	- өнім беруші тарапынан шарттық міндеттемелердің орындалуын бақылау және материалдарды компания қоймасына қажетті мөлшерде және тиісті сапада жеткізуді қамтамасыз ету; - сатып алынатын шикізат пен өндіріске арналған материалдарға тапсырыстарды орналастыру; - қоймадағы материалдардың және клиенттердің тапсырыстарының болуын ескере отырып, сатып алу жоспарын түзету.
Қойма меңгерушісі	- қоймада материалдарды сақтау бойынша талаптарды сақтау;
	- қоймаға қабылдау кезінде материалдарды тексеру және шарт талаптары сақталмаған жағдайда оларды қабылдамау және тауарды қабылдау туралы актіні жеткізушіге анықталған бұзушылықтарды жою бойынша ұсынымдармен жіберу; - 1С: кәсіпорындағы материалдық құндылықтардың толық және дұрыс есебін жүргізу.
Өндіріс меңгерушісі	- сатып алу бөлімін сапасыз материалдары туралы хабардар ету; - 1С-де есеп беру: кәсіпорын өндірістегі материалдарға қатысты.
Ескертпе: Авторлармен кәсіпорынның есептік деректері негізінде құрастырылған [12,13].	

Жиһаз компаниясының сатып алу жүйесін талдау кезінде бірқатар проблемалар анықталды:

- ◆ негізгі жеткізушісінде белгіленген жеткізу күнінде қажетті тауардың болмауы. Бұл барлық тапсырыстарды орындау үшін сатып алу бөлімі басқа жеткізушілерден материалдарды шұғыл түрде іздеуі керек және компания шұғыл жеткізілім ақысын төлеу үшін қосымша қаражат бөлуге мәжбүр болған кезде көптеген қиындықтар туғызады;

- ◆ жеткізуші жеткізетін ақаулы материалдарды жиі анықтау;
- ◆ жеткізушілермен, проблемалық байланыс. Бірнеше рет жеткізушілер сату бөлімі ақаулы немесе жарамсыз материалдарды қайтару туралы жиһаз компаниясының сұрауларын елемеді. Алайда, кейбір жағдайларда жарамсыз тауарды жеткізу үшін кінәлі тарап жиһаз компаниясының өзі болады, өйткені ол қажетті тауардың егжей-тегжейлі сипаттамасын бермеді. Нәтижесінде жеткізушімен қарым-қатынаста шиеленіс күшейе түсті;

- ◆ бөлімдер арасында байланыс жеткіліксіз: қойма қызметкерлері қоймадағы қорлар деңгейі туралы ақпаратты әрдайым жаңарта бермейді, бұл өндіріс қызметкерлері үшін де, сатып алу бөлімі үшін де қиындықтар туғызады;

- ◆ сатып алу туралы шешім қабылдаудың белгіленген рәсімінің және жеткізушілерді бағалау рәсімінің болмауы.

Сондай-ақ, кәсіпорында қорларды басқару тиімділігіне талдау жүргізілді, резервтік сыйымдылық, сұраныстың қормен қамтамасыз етілуі, қор айналымының коэффициенті сияқты негізгі көрсеткіштер талданды, бұл жағдайда қорлар ай сайын дерлік толық көлемде жұмсалатынын

көрсетті, бұл материалға сұраныс динамикасын, тауарлы-материалдық қорлардың көлемін сақтай отырып, тауарлы-материалдық құндылықтардың көлемін көрсетеді. қойма тек бір айға созылады, ал жеткізілім сәтсіз болған немесе қажеттіліктің күтпеген өсуі жағдайында бұл материалдың жетіспеушілігіне тап болу қаупі бар.

Жеткізушілерді бағалау жүйесін әзірлеу

Бейтаныс жеткізушілерді бағалау жүйесін әзірлеу қажет. Өз қызметтерін ұсына отырып, жеткізушілер Жиһаз компаниясын бағалауға материалдардың үлгілерін жібереді, алайда бағалаудың бұл түрі тиімді емес. Жеткізушіні бағалау жан-жақты жүргізілуі керек және жеткізуші туралы ақпаратты өз бетінше іздеуді, сұхбаттарды, үлгілерді бағалауды, өндіріске баруды және келесі бағалау әдістерін қолдана отырып аналитикалық есептеулерді қамтуы керек [14]:

- ◆ факторларды бағалау әдісі;
- ◆ жұптық салыстыру әдісі;
- ◆ балл әдісі;
- ◆ шығын-коэффициент әдісі.

Өндіріске бару, егер жеткізуші өндіруші болса, өндіріс жағдайларын зерттеу, материалдарды өңдеу және сақтау үшін қажетті өндіріс мәселелерін анықтауға, жеткізушінің үнсіз қалуы мүмкін нәрсені анықтауға және кейіннен баға туралы дәлелді келіссөздер жүргізуге көмектеседі. Өндірістік қуаттарды, олардың жүктемесін, өндірістік желілерге қосымша жүктеме мүмкіндігін бағалау қажет.

Жеткізушіден МЕМСТ-ке сәйкестік сертификатын ұсынуды талап ету өте орынды болады, өйткені сертификат жеткізушінің өнімінің ұлттық сапа стандарттарының талаптарына сәйкестігін растайды. Сертификаттың болуы осы жеткізушімен ынтымақтастықтың пайдасына қосымша дәлел болады.

«Өндіру немесе сатып алу» мәселесін шешу

Жеткізушіні таңдау туралы шешім қабылдас бұрын, қажетті өнімді жеткізушіден сатып алу немесе технологиялық мүмкін болса, оны өзіңіз жасау туралы шешім қабылдауды бастау керек. Қазіргі уақытта бұл шешімді қабылдаудың жалпы қабылданған есептеу әдісі жоқ, алайда шығынсыздық нүктесін есептеуге болады.

Есептеу ПВХ пленкасымен қапталған 2,62 x 0,125 М МДФ панельдерінің мысалында жүргізілді. Жеткізушіден қапталған ПВХ панельдерін сатып алу бір панель үшін 7699 теңгені құрайды. Пленкамен өзіндік жабыны орау бір панель үшін 5210 теңгені құрайды. Кәсіпорынның тұрақты шығындары айына 900 000 теңгені құрайды (есептеу үшін ақпараттың құпиялылығына байланысты ойдан шығарылған құн қабылданған).

Залалсыздық нүктесін есептеу үшін теңдеу жасалады:

$$900000 + 5210 * x = 7699 * x, \quad (1)$$

мұндағы x – ПВХ пленкасымен қапталған МДФ панельдерінің қажетті саны.

Алгебралық есептеулер арқылы x есептеледі: $x = 362$. Осылайша, көрсетілген есептік деректер кезінде, панельдерге айлық қажеттілік 362 данадан жоғары болған кезде, өз өндірісі жағдайында панельдерді қаптауды жүргізу орынды шешім болады.

АНР әдісі арқылы балама жеткізушілерді бағалау

Егер келіссөздер нәтижесінде компаниялар арасында келісімге қол жеткізу мүмкін болмаса немесе ұзақ уақыт бойы жеткізушінің жұмысында оң үрдіс байқалмаса, онда баламалы жеткізушілердің біріне көшу мүмкіндігін қарастырған жөн.

Сонымен қатар, АНР (Analytic Hierarchy Process) алгоритмі арқылы қарым-қатынас орнатылған ең перспективалы үш жеткізуші бағаланды.

Жеткізушіні таңдау кезінде шешудің көп критерийлік процесі маңызды, оған АНР әдісі ықпал етеді, ол баламалы жеткізушілерді есептеудің бірыңғай жүйесіне және компания стратегиясымен анықталған жеткізушіні таңдаудың маңызды критерийлеріне қосылады.

Жиһаз компаниясының жеткізушілеріне сараптамалық бағалау әдісін қолдана отырып бағалау жүргізу үшін жеткізушілерді бағалау критерийлері (тауардың бағасы, тауардың сапасы, тауарды жеткізу жылдамдығы) және әрбір жеткізуші үшін әрбір критерийдің мәні айқындалды.

2-кестеде әр критерий бойынша әр жеткізушінің салмағы, сондай-ақ бағалау критерийлерінің салмағы көрсетілген.

Кесте 2 – Әрбір бағалау критерийі бойынша критерийлер мен жеткізушілер мәндерінің матрицасы

	Баға (a)	Сапа (b)	Жеткізу мерзімі (c)	Бағалау критерийінің салмағы	Бағалау критерийі
Жеткізуші 1 (1)	0,455	0,300	0,417	0,297	Баға (k1)
Жеткізуші 2 (2)	0,182	0,200	0,333	0,540	Сапа (k2)
Жеткізуші 3 (3)	0,364	0,500	0,250	0,163	Жеткізу жылдамдығы (k3)
Ескертпе: Авторлармен құрастырылған.					

Содан кейін, келесі формуланы қолдана отырып, барлық үш критерий бойынша әр жеткізушінің бағасы есептеледі:

$$A_n = (a_n * k_1) + (b_n * k_2) + (c_n * k_3) \quad (2)$$

Осылайша, үш бағалау критерийі бойынша жеткізушілердің қорытынды бағасы:

- ◆ «Жеткізуші 1» (0,365);
- ◆ «Жеткізуші 2» (0,216);
- ◆ «Жеткізуші 3» (0,419).

Сонымен, 0,419 көрсеткішімен «Жеткізуші 3» жеткізушісімен тығыз ынтымақтастық материалдардың құнын, материалдардың сапасын және жеткізушінің материалдарды жеткізу жылдамдығын қамтитын үш критерий бойынша бағалау нәтижелері бойынша ең қолайлы болып табылады. Бағалау нәтижелері бойынша ең аз тандаулы жеткізуші 0,216 көрсеткіші бар «Жеткізуші 3» жеткізушісі болды.

Жеткізушілер базасын жүргізу және оңтайландыру

Компанияның сатып алу қызметін жетілдіру үшін жеткізушілердің жеке дерекқорын жүргізу және оңтайландыру қажет.

Деректер базасы жеткізушілер немесе тауарлар топтары бойынша ұйымдастырылуы мүмкін және кәсіпорынды тауарлар мен материалдармен қамтамасыз ететін жеткізушілердің толық сипаттамасын қамтуы керек. Мекенжайлар, байланыстар, баға, сапа, қызмет деңгейі, қызмет нәтижелері, жеткізу уақыты сияқты мәмілелер саны көрсетілуі керек.

Жеткізушілер базасын оңтайландыру – бұл кәсіпорын ынтымақтасатын жеткізушілердің санын анықтау. Оңтайландырудың себебі – сатып алу қызметін бақылау және жетілдіру қажеттілігі, сондай-ақ кәсіпорынның шарттарын тиімді орындай алмайтын және жеткізілімдердің жалпы санындағы үлесі ерекше аз болатын жеткізушілерді базадан шығару қажеттілігі. Алайда, жеткізушілер саны азайған кезде, жалғыз жеткізушіге шамадан тыс тәуелділік қаупі артады, сондықтан сатушылар тізімін біреуіне дейін қысқартпау ұсынылады (жеткізуші монополист болған жағдайларды қоспағанда) [15].

MRP жүйесін енгізу

Ұсыныс ақпаратты екі бағытта тұрақты түрде тасымалдайтын бір жоспарлау бағдарламалық құралын жеткізушіні де, сатып алушыны да пайдалану болып табылады.

Ең жақсы нұсқа ретінде Жиһаз компаниясына және оның жеткізушілері жүйеде ақпаратты біріктіру үшін пайдалануы керек MRP жүйесі ұсынылуы мүмкін. Бұл жүйенің артықшылықтарының бірі – екі қатысушы үшін де жедел ақпарат беру. MRP жүйесі сонымен қатар ақпаратты беруді автоматтандырады, бұл процедураға кететін уақытты үнемдейді.

Жүйе материалдарға деген қажеттілікті бағалайды және жеткізілім кестесін жасайды, жеткізілім уақытын ескере отырып, өндірістегі материалдарға деген қажеттілікті толық қанағаттандыру үшін жеткізілім кестесін жасайды және материалдарға деген қажеттілік жоспарын жасайды.

MRP жүйесі келесі сұрақтарға жауап береді:

- ◆ қандай материал сатып алу керек;
- ◆ қандай мөлшерде;
- ◆ материал қол жетімді болған кезде.

Материалдық қажеттілік жоспарын құру үшін MRP келесі деректерді пайдаланады:

- ◆ өнім өндірілетін күнді көрсететін өндіріс кестесі;
- ◆ өнімді өндіруге қажетті барлық материалдар берілген өнімнің құрылымы;
- ◆ өндірістік циклдің әр кезеңінде материалдар мен олардың санына қажеттілік;
- ◆ өндірістік циклдің ұзақтығы;
- ◆ қоймадағы материалдардың қалдығы;
- ◆ жеткізушінің материалдарды жеткізу мерзімі.

Өндіріс жоспары тұтынушылардың өнімге тапсырыстары мен болжамды сұранысына сүйене отырып, белгілі бір уақыт аралығында өндірілетін өнім мөлшері туралы ақпаратты қамтиды.

MRP-нің тағы бір артықшылығы – бұл деректер жоғалмайтын орталықтандырылған ақпараттық жүйе және құжаттарда көрсетілген ақпаратқа қатысты қандай да бір мәселелер туындаған кезде құжатты жеткізуші де, сатып алушы да жүйе арқылы екі рет тексере алады. Сондай-ақ, тауардың жеткізілімі мен сапасын бақылау жеткізу процесі орналасқан әрбір спецификация мен кезеңдерді бір диалогта сақтау арқылы оңайырақ жүзеге асырылуы мүмкін [15].

MRP жүйе сонымен қатар материалдарға қажеттілікті жоспарлау және ағымдағы тапсырыстар, өнімге болжамды сұраныс және қоймадағы материалдардың қалдығы негізінде жеткізу жоспарын құру кезінде пайдалы болады. Алайда, материалдарға қажеттілікті болжауды қолмен есептеуге болады, үш әдіс бар:

- ◆ аңғал болжау әдісі;
- ◆ ұзақ мерзімді орташа әдіс;
- ◆ орташа өлшенген жылжымалы әдіс.

Кәсіпорын қызметіне MRP жүйесін сәтті енгізу үшін қажетті шарттар мыналарды қамтиды:

◆ компьютерленген өндіріс жүйесі. Материалдарға қажеттілік жоспарын жүйеге қолмен енгізуге болатындығына қарамастан, оны өзекті түрде сақтау мүмкін болмайды, өйткені өндіріс сипаты динамикалық;

◆ өнімге енгізілетін кез келген техникалық өзгерістерді уақытылы енгізе отырып, әртүрлі өнімдерді өндіруге арналған спецификацияларды өзекті күйде ұстау, өйткені жүйе спецификацияда көрсетілген материалдарға ғана автоматты түрде тапсырыс береді;

◆ материалдарды жеткізуге тапсырыстарды дұрыс қалыптастыру мүмкіндігі үшін қоймадағы материалдардың қалдықтары бойынша деректерді өзекті күйде ұстау;

- ◆ әрбір жеткізушіден материалдарды жеткізу мерзімі MRP жүйесінде көрсетілуі керек.

Штрих-кодтарды енгізу

Қазіргі уақытта материалдардың қалдықтары туралы ақпарат қолмен енгізіледі, өйткені қоймадағы заттар үшін оларды сканерлеуге арналған штрих-код әлі әзірленбеген. «Ollis» қоймасында салыстырмалы түрде аз материалдар сақталған кезде, қолмен түгендеу мүмкіндігі бар, бірақ уақыт өте келе қоймадағы материалдардың қалдықтарын тексеруді және MRP жүйесінде ақпараттың бірден пайда болуын оңтайландыру үшін кодтау инвестициялары қажет болады.

Қойманың сыйымдылығы шектеулі тауарлы материалдық құндылықтарды басқарудың көп өнімді моделі арқылы тапсырыс мөлшері туралы шешім қабылдау.

Бұл мәселені шешу үшін Жиһаз компаниясы жағдайында қойманың сыйымдылығы шектеулі қорларды басқарудың көп өнімді моделін қолдануға болады. Бұл модель тапсырыстардың оңтайлы өлшемдеріне сәйкес есептелген материалдардың барлық ассортименті алатын аймақ осы материалдарды сақтауға бөлінген жалпы аумақтан асатын жағдайларды шешуге көмектеседі. Бұл жағдайда тапсырыстың оңтайлы мөлшерін азайту арқылы қоймада сақталатын тауарлардың санын азайту міндеті туындайды.

Бұдан әрі үш өнім үшін тапсырыстың оңтайлы мөлшерін есептеу келтірілген: «ноче окко» жабыны бар МДФ 2620x125x20мм, жабыны жоқ МДФ 2620x125x20мм, ЛДСП 2500x5680x22мм аталған материалдарды сақтау үшін бөлу көзделіп отырған алаң 15м² болып қабылданды. Басқа есептік деректер 3-кестеде (168 б.) көрсетілген.

Кесте 3 – Тапсырыстың оңтайлы мөлшерін анықтау үшін есептелген деректер

Тауар	Тапсырыс беру құны, A_i (тг)	Материалға қажеттілік, S_i (шт/нед)	Сақтау шығындары, W_i (тг/нед)	Алып жатқан аумақ, a_i (м ²)
МДФ 2620x125x20 мм «ноче окко»	413	26	66,5	0,32
МДФ 2620x125x20 мм қамту жоқ	398	18	51,1	0,32
ЛДСП 2500x5680x22 мм	746	9	75,6	0,26
Ескертпе: Авторлармен құрастырылған.				

Әрбір зат үшін оңтайлы тапсырыс мөлшері Уилсон формуласы бойынша есептеледі:

$$Q_i = \sqrt{\frac{2 * A_i * S_i}{W_i}} \quad (4)$$

Әр зат үшін оңтайлы тапсырыс мөлшері 4-кестеде көрсетілген.

Кесте 4 – Тапсырыстың оңтайлы мөлшері

Тауар	Тапсырыстың оңтайлы мөлшері, Q_i (шт.)
МДФ 2620x125x20мм «ноче окко»	18
МДФ 2620x125x20мм қамту жоқ	17
ЛДСП 2500x5680x22мм	13
Ескертпе: Авторлармен құрастырылған.	

Тауарлар партиясы алып жатқан жиынтық алаң мынадай формула бойынша есептеледі:

$$a = \sum a_i * Q_i \quad (5)$$

Жиынтық аудан 14,6 м²-ге тең, ол бөлінген ауданға сәйкес келеді, алайда есептелген жиынтық аудан бөлінген ауданнан асқан жағдайда келесі формула негізінде тапсырыс мөлшерін сандық шешім әдісімен түзету керек:

$$Q_i^* = \sqrt{\frac{2 * A_i * S_i}{W_i - 2 * a_i * \lambda^*}} \quad (6)$$

мұнда Q_i^* – i -тауарға тапсырыс берудің түзетілген оңтайлы мөлшері;

A_i – тапсырысты беру құны;

S_i – уақыт кезеңіндегі i -томдық материалға қажеттілік;

W_i – i -тауардың бірлігін сақтауға арналған шығындар;

a_i – i -тауар бірлігі алып жатқан алаң;

λ^* – оңтайлы Тапсырыс өлшемінің мәнін реттеу қадамы.

Осылайша, сандық шешім әдісін қолдана отырып, шектеулі қойма сыйымдылығы жағдайында тапсырыс мөлшерін реттеу керек.

Сонымен, көрсетілген ұсыныстарды орындай отырып, жиһаз компаниясының қолданыстағы сатып алу жүйесін жетілдіруге болады.

Қорытынды

Сонымен, сатып алу жүйесінің тиімді жұмысының маңыздылығын ескере отырып, егер компания өзінің бәсекеге қабілеттілігі мен кірістерін жоғары деңгейде ұстағысы келсе, оның қызметін оңтайландыруға және жетілдіруге ерекше назар аудару керек. Зерттеу нәтижелерін зерттеу компаниясында, сондай-ақ осындай жас кәсіпорындарда қолдануға болады.

ӘДЕБИЕТТЕР

- 1 Rada A.O., Timofeev A.E., Nikitina O.I. The Use of Software to Support Management Decisions in Public Procurement: Proceedings of SPIE // The International Society for Optical Engineering. 2022. Volume 12251. Article number 122510X.
- 2 Afanasiev M., Rachenko I., Arbuzov M. Role and significance of mobile technologies in digitalization of procurement systems in oil and gas companies // IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. 2019. Volume 497. Issue 1. Article number 012021.
- 3 Gladilina I., Pankova L., Sergeeva S., Kolesnik V. The Effect of Using Information Technologies for Supporting Decision-Making in the Procurement Management of an Industrial Enterprise on Reducing Financial Costs // Indian Journal of Economics and Development. 2022. Volume 18. Issue 2. P. 367–373.
- 4 Zahra S., Hasanpour J., Kourosh E., Majid R., Tom V.W. The Multi-Depot Traveling Purchaser Problem with Shared Resources: Sustainability. 2022, no. 14(16), pp. 101–109.
- 5 Aleksakhin A., Zaytsev I., Eliseeva E., Petergova A., Kostygova L. The planning of business processes in an uncertain environment on oligopolistic markets // MATEC Web of Conferences. 2019. Volume 290. Article number 07001.
- 6 Sledkov Y.G., Khoroshko L.L., Kuznetsov P.M. Management of Business Processes in Short-Run Production: Russian Engineering Research. 2022. Volume 42. Issue 3. P. 282–285.
- 7 Мухтарова К.С., Мухтар Е.С. Конкурентоспособность региона в Казахстане: проблемы и пути решения // Вестник КазНУ. – 2015. – Том 107(1). – С. 19–24.
- 8 Susanne B. Using Procurement Power to Accelerate Sustainable City Logistics // Lessons from Change Agents in The Netherlands. Sustainability. 2022, no. 14(10), pp. 6225–6235.
- 9 Wankmüller C., Gerald R. Identifying Challenges and Improvement Approaches for More Efficient Procurement Coordination in Relief Supply Chains // Sustainability. 2021, no.13(4), pp. 2204–2214.
- 10 Жанбирова Ф.Ж., Жанбирова Е.Ж. Логистический подход к управлению запасами // Вестник КазАТК. – 2022. – № 3(122). – С. 127–135.
- 11 Усербаева А.С., Шатманов О.Т., Мұсабаев Б.Қ. Совершенствование логистической стратегии предприятий // Вестник КазАТК. – 2022. – № 1(120). – С.70–80.
- 12 Официальный сайт предприятия ТОО «Мебельная компания «OLLIS». URL: <https://www.ollis.kz> (дата обращения: 31.03.2022)
- 13 Положение об организационной структуре ТОО «Мебельная компания «Ollis» // Республика Казахстан. – 2020. – 7 с.
- 14 Попов П.В., Мирецкий И.Ю., Ивуть Р.Б., Хартовский В.Е. Логистика: модели и методы. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 272 с.
- 15 Гаджинский А.М. Логистика: учебник для высших и средних специальных учебных заведений. – М.: Маркетинг, 2017. – 396 с.

REFERENCES

- 1 Rada A.O., Timofeev A.E., Nikitina O.I. (2022) The Use of Software to Support Management Decisions in Public Procurement: Proceedings of SPIE // The International Society for Optical Engineering. Volume 12251. Article number 122510X. (In English).
- 2 Afanasiev M., Rachenko I., Arbuzov M. (2019) Role and significance of mobile technologies in digitalization of procurement systems in oil and gas companies // IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. Volume 497. Issue 1. Article number 012021. (In English).
- 3 Gladilina I., Pankova L., Sergeeva S., Kolesnik V. (2022) The Effect of Using Information Technologies for Supporting Decision-Making in the Procurement Management of an Industrial Enterprise on Reducing Financial Costs // Indian Journal of Economics and Development. Volume 18. Issue 2. P. 367–373. (In English).
- 4 Zahra S., Hasanpour J., Kourosh E., Majid R., Tom V.W. (2022) The Multi-Depot Traveling Purchaser Problem with Shared Resources: Sustainability, no. 14(16), pp. 101–109. (In English).
- 5 Aleksakhin A., Zaytsev I., Eliseeva E., Petergova A., Kostygova L.(2019) The planning of business processes in an uncertain environment on oligopolistic markets // MATEC Web of Conferences. Volume 290. Article number 07001. (In English).
- 6 Sledkov Y.G., Khoroshko L.L., Kuznetsov P.M. (2022). Management of Business Processes in Short-Run Production: Russian Engineering Research. Volume 42. Issue 3. P. 282–285. (In English).
- 7 Muhtarova K.S., Muhtar E.S. (2015) Konkurentosposobnost' regiona v Kazahstane: problemy i puti reshenija // Vestnik KazNU. Vol. 107(1). P. 19–24. (In Russian).
- 8 Susanne B. (2022) Using Procurement Power to Accelerate Sustainable City Logistics // Lessons from Change Agents in The Netherlands. Sustainability, no. 14(10), pp. 6225–6235. (In English).

9 Wankmüller C., Gerald R. (2021) Identifying Challenges and Improvement Approaches for More Efficient Procurement Coordination in Relief Supply Chains // Sustainability, no. 13(4), pp. 2204–2214. (In English).

10 Zhanbirov F.Zh., Zhanbirov E.Zh. (2022) Logisticheskij podhod k upravleniju zapasami // Vestnik KazATK. No. 3(122). P. 127–135. (In Russian).

11 Userbaeva A.S., Shatmanov O.T., Mұsabaev B.Қ. (2022) Sovershenstvovanie logisticheskoy strategii predpriyatij // Vestnik KazATK. No. 1(120). P. 70–80. (In Russian).

12 Oficial'nyj sajt predpriyatija TOO «Mebel'naja kompanija «OLLIS». URL: <https://www.ollis.kz> (data obrashhenija: 31.03.2022). (In Russian).

13 Polozhenie ob organizacionnoj strukture TOO «Mebel'naja kompanija «Ollis» // Respublika Kazahstan. 2020, 7 p. (In Russian).

14 Popov P.V., Mireckij I.Ju., Ivut' R.B., Hartovskij V.E. (2017) Logistika: modeli i metody. M.: INFRA-M, 272 p. (In Russian).

15 Gadzhinskij A.M. (2017) Logistika: uchebnik dlja vysshih i srednih special'nyh uchebnyh zavedenijah. M.: Marketing, 396 p. (In Russian).

Ж.К. КЕГЕНБЕКОВ,*¹

к.т.н., ассоциированный профессор.

*e-mail: kegenbekov@dku.kz

ORCID ID: 0000-0001-8175-7440

Е.А. БУРМАТОВА,¹

специалист

e-mail: burmatova.e2018@gmail.com

ORCID ID: 0000-0002-6371-6159

А.У. ЖУМАНОВ,²

докторант

e-mail: azat_jumanov@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-4401-4362

¹Казахстанско-Немецкий университет,

г. Алматы, Казахстан

²TOO Railways Enjineering,

г. Алматы, Казахстан

АНАЛИЗ МЕТОДОВ ПО ОПТИМИЗАЦИИ СИСТЕМЫ ЗАКУПОК НА ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация

Сегодня закупочная деятельность имеет важную роль в каждом субъекте экономической деятельности и считается одной из важнейших сфер деятельности предприятия, так как закладывает фундамент для успешной деятельности субъекта. Благодаря быстрому росту мировой экономики и глобализации бизнеса, цепочки поставок как на международном, так и на локальном уровне стали более интегрированными и, вследствие этого, чтобы получить максимально возможное конкурентное преимущество на рынке, предприятия должны обращать особое внимание на цепи поставок и прилагать большие усилия для их укрепления, усиления и оптимизации. Благодаря повсеместному развитию логистической деятельности закупочная деятельность стала наиболее важной процедурой в составе корпоративной стратегии, так как при эффективном управлении системой закупок она становится одним из инструментов для снижения общих расходов, а также, как следствие, для достижения большего уровня рентабельности. Закупочная деятельность розничных продавцов может оказывать существенное влияние в негативном ключе на условия работы в цепочке поставок в целом. Многие ключевые процессы и решения в сфере закупок в компании-поставщике, такие как сроки, отношения между покупателем и поставщиком, управление критическим путем, поиск поставщиков, влияют на то, как управляют компании-поставщики своим производством и рабочей силой, и это может косвенно влиять на условия труда. Так, совершенствование проблемы эффективной организации и управления системой закупок дает возможность существенно повлиять на успех каждого субъекта экономической деятельности и его конкурентоспособность.

Ключевые слова: закупочная логистика, система закупок, поставщик, управление взаимоотношениями, оценка эффективности, взаимодействие подразделений.

Z.H. KEGENBEKOV,*¹

c.t.s., associate professor.

*e-mail: kegenbekov@dku.kz

ORCID ID: 0000-0001-8175-7440

YE.A. BURMATOVA,¹

specialist.

e-mail: burmatova.e2018@gmail.com

ORCID ID: 0000-0002-6371-6159

A.U. ZHUMANOV,²

PhD student.

e-mail: azat_jumanov@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-4401-4362

¹Kazakh-German University,

Almaty, Kazakhstan

²LLP Railways Engineering,

Almaty, Kazakhstan

ANALYSIS OF METHODS TO OPTIMIZE A COMPANY'S PROCUREMENT SYSTEM

Abstract

Today, procurement activity has an important role in every subject of economic activity and is considered one of the most important areas of activity of the enterprise, as it lays the foundation for the successful activity of the subject. Due to the rapid growth of the global economy and the globalization of business, supply chains at both the international and local levels have become more integrated and, consequently, in order to gain the maximum possible competitive advantage in the market, enterprises should pay special attention to supply chains and make great efforts to strengthen, strengthen and optimize them. Due to the widespread development of logistics activities, procurement has become the most important procedure in the corporate strategy, as with effective management of the procurement system, it becomes one of the tools to reduce overall costs, and, as a result, to achieve a higher level of profitability. The purchasing activities of retailers can have a significant negative impact on the working conditions in the supply chain as a whole. Many key procurement processes and decisions in the supplier company, such as deadlines, the relationship between buyer and supplier, critical path management, supplier search, affect how supplier companies manage their production and workforce, and this may indirectly affect working conditions. Thus, improving the problem of effective organization and management of the procurement system makes it possible to significantly influence the success of each economic entity and its competitiveness.

Key words: procurement logistics, procurement system, supplier, relationship management, performance evaluation, interaction of departments.