

принятию разумного решения и взаимоприемлемого соглашения (договора, контракта).

Переговоры – это процесс обмена информацией, продолжающийся до тех пор, пока не начнет обретать явные формы выгодный для обеих сторон компромисс. Умение ненавязчиво и постепенно направить процесс обмена информацией в такое русло, чтобы интересы и ожидания обеих сторон постепенно приходили к общему знаменателю – поистине можно назвать искусством. Только после того, как стороны позволят друг другу вникнуть в занятую ими позицию, понять их стиль аргументации, будут просматриваться возможные решения проблем.

ЛИТЕРАТУРА

1. Линдерс М., Джонсон Ф., Флинн А., Фирон Г. Управление закупками и поставками. – Юнити-Дан, 2007. – 751 с.

УДК 005.932.2:4:339.186

Студ. Д.Р.Мухтарова, Д.А.Саникович

Науч. рук. ассистент Ю.Н.Андросик

(кафедра экономической теории и маркетинга БГТУ)

ЭЛЕКТРОННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ЗАКУПКАМИ. E-PROCUREMENT

На протяжении последних лет задача управления закупками привлекает повышенное внимание руководителей коммерческих и государственных организаций всего мира. В среде руководителей высшего звена сформировалось четкое понимание того, что увеличение прибыли может быть достигнуто не только традиционными способами увеличения оборота и продаж, которые широко внедряются в экономическую практику, но и путем снижения внутренних издержек, связанных с деятельностью предприятия. Одним из самых эффективных способов снижения внутренних издержек является совершенствование системы закупок за счет использования возможностей киберпространства.

До последнего времени для решения этой задачи использовались в основном средства, основанные на технологиях электронного обмена документами (Electronic Document Interchange, EDI). Технология EDI обеспечивает достаточно гибкие и безопасные решения, но для широкого распространения предлагаемые решения были слишком сложны и дороги. Появление возможностей, предоставляемых развитием сети Интернет и разработкой Интернет/Интернет технологий, привело к

созданию нового класса решений, получивших название «электронное управление закупками» (e-Procurement) [1].

Менеджерам-практикам хорошо известно правило, согласно которому 80% всех транзакций, связанных с закупками товаров или услуг, обеспечивают около 20% от общей стоимости всех транзакций. Снижение накладных расходов, связанный с приобретением товаров и услуг, каждый из которых имеет относительно малую стоимость, но закупаются в больших количествах, может оказаться значимым в масштабах предприятия.

Все большее количество ведущих компаний из различных отраслей промышленности переходят на использование решения по электронному управлению закупками. Например, Ford Motor и Ericsson были в числе пионеров, которые перевели закупки непроизводственных товаров (ежегодным общим объемом несколько миллиардов долларов) еще до начала тысячелетия [2].

Одной из первых компаний, активно включившейся в оказание консалтинговых услуг по организации систем электронного управления закупками стала PriceWaterhouseCoopers. К настоящему времени в рамках глобальной инициативы по развитию электронного бизнеса PriceWaterhouseCoopers имеет тесные отношения с ведущими мировыми разработчиками всех классов решений для автоматизации управления закупками и обширный опыт внедрения этих решений на предприятиях различных отраслей промышленности [1].

Снизить затраты на приобретение системы электронного управления закупками можно объединившись с другими заказчиками. Помимо того, что каждому заказчику система обойдется дешевле, каждый из них приведет своих поставщиков, что может расширить выбор всех остальных. Кооперируясь друг с другом, предприятия могут договориться о консолидированном заказе и получить скидки.

Важнейшую роль во внедрении систем электронного управления закупками играет человеческий фактор. Для того, чтобы система начала приносить реальную отдачу, необходимо создать условия для предпочтительного ее использования сотрудниками. Особенно важно это в условиях с известными традициями «выбора» поставщиков необходимых товаров и услуг. Система электронного управления закупками сама не обеспечит снижения накладных расходов предприятия. Она лишь может служить инструментом принятия решений и контроля деятельности менеджеров. Эффективность использования инструмента существенно зависит от умения руководства создать соответствующую мотивацию. На настоящий момент решения для

электронного управления закупками делятся на ряд основных классов, в частности это:

- системы электронных каталогов и агрегирования данных;
- системы поиска встречных заявок;
- системы электронного проведения тендеров.

Реализация типичного каталога объединяет продукцию множества поставщиков и позволяет покупателю производить глобальный поиск необходимого товара или услуги на основе заданных критериев. Как правило, каталог создается и поддерживается в актуальном состоянии специализированной компанией, а доступ к нему осуществляется с использованием инфраструктуры Интернет с помощью универсального клиента (браузера). Предприятие, использующее технологию электронного управления закупками, подписывается на услугу доступа к электронному каталогу. Таким образом, для предприятия отпадает необходимость поддерживать собственную информационную инфраструктуру и прикладные системы управления закупками. Расходы связаны только с оплатой доступа к каталогу и оплатой услуг провайдера.

Преимуществами такого решения являются большой выбор поставщиков товаров и услуг и более полная реализация преимуществ рынка для покупателя (жесткая конкурентная борьба, приводящая к формированию цен на минимально возможном уровне) [1].

Цель компаний, создающих и запускающих в коммерческий оборот информационные сервера – агрегаторы данных, – построить универсальные магазины, собирающими каталоги множества поставщиков и предлагающими их целевым группам покупателей. Агрегаторы данных предоставляют возможность продавцам из сферы малого бизнеса получить доступ к широкому кругу покупателей. С другой стороны, агрегаторы объединяют покупателей из небольших предприятий для улучшения их покупательской способности и получения ими скидок на крупные партии приобретаемых товаров. Покупатели, связанные с агрегаторами данных, избавлены от необходимости поддерживать контакт с большим числом дистрибуторов. Как указывается в исследовании Bear, Stearns & Co, типичная маржа для агрегаторов данных, в которых участвует множество продавцов, составляет от 5 до 15%.

Системы поиска встречных заявок собирают заявки на определенные товары и на товары по определенным ценам и, как правило, получают с продавцов плату за каждого найденного покупателя. Информационные серверы с электронным каталогом устанавливают маржу на продаваемые ими товары. По сути, используется традиционная схема дистрибутора. Например, на сервере DirectAg.com,

специализирующимся в области сельскохозяйственной продукции, такая маржа варьируется от 10 до 30%, что примерно соответствует марже, начисляемой традиционными дистрибуторами. Разница состоит в том, что традиционный дистрибутор предлагает товары всего нескольких производителей, тогда как DirectAg.com предоставляет возможность гораздо более широкого выбора. Фермеры, сосредоточивающие свои закупки на этом сервере, получают более значительные скидки, чем у обычных дистрибуторов [2].

Системы электронного проведения тендеров позволяют повысить эффективность решения этой задачи с использованием коммуникационных возможностей Интернет. В автоматизированном режиме может быть осуществлено решение следующих задач:

- выбор потенциальных участников тендера на основе заданных критериев;
- включение отобранных кандидатов в тендерный процесс;
- автоматизированную рассылку запросов на представление коммерческого предложения поставщиками услуг;
- обработка коммерческих предложений;
- управление взаимодействием со всеми участниками тендера на всех его этапах;
- обеспечение унифицированного подхода к выбору поставщиков и оценке их предложений.

Использование технологий электронного проведения тендеров позволяет обеспечить более высокую степень объективности при осуществлении выбора победителя и обеспечить лучший в сравнении с традиционными методами контроль и управление тендерными процедурами.

ЛИТЕРАТУРА

1. E-Procurement Управление рисками и системы электронных госзакупок [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.tadviser.ru/index.php> Дата доступа: 25.04.2018
2. E-business – E-enterprise: современные информационные технологии внутри организации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.citycor.ru/e-bus/enterp/scm.html> Дата доступа: 25.04.2018