

Ключевые слова: финансовые затраты, внутренний аудит, оценка, капитал, финансы.

In this article the value of estimation of cost of financial is considered and factors that influence on the cost of expenses are reasonable. The methodical going is offered near determination of cost of financial expenses during realization of internal audit.

Keywords: cost of finance, internal audit, estimation, capital, finances.

УДК 658.712

В. В. СИСОЄВ, канд. екон. наук, доц. НТУ «ХПІ»,
А. Ю. ГОРБАЧ, студентка, НТУ «ХПІ»

СТРАТЕГІЧНИЙ СОРСИНГ – СПОСІБ ПОКРАЩЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ПРИБУТКІВ

У статті розглянуто поняття сорсингу – як одного зі способів покращення конкурентоздатності виробничого підприємства, що користується послугами постачальників. Стратегічний сорсинг фокусується на створенні каналів поставок, які забезпечуватимуть зниження загальних витрат підприємства шляхом пошуку найвигіднішого постачальника та тісної співпраці з ним.

Ключові слова: конкурентоздатність, логістика, постачання, стратегічний сорсинг, цикл закупок.

Вступ. Особливості сучасних ринкових відносин, які характеризуються глобалізацією та інтернаціоналізацією економіки, кризовими явищами та жорсткою конкуренцією вимагають пошуку підприємствами нових напрямків розвитку, що забезпечать їм суттєві переваги над конкурентами.

Враховуючи, що жодне підприємство не є самодостатнім, одним із ключових напрямків підвищення конкурентоздатності підприємств є організація ефективної міжорганізаційної логістичної координації у сфері постачання необхідних їм продукції та послуг. В цих умовах особливе значення набувають стратегічні механізми управління постачанням, що вимагають інтеграції усіх сфер діяльності підприємства у вирішенні великої кількості завдань закупівельної логістики та координації дій з різними постачальниками. Саме створення надійних, взаємовигідних та довгострокових зв'язків із постачальниками надає підприємствам впевненість у виконанні своїх виробничих планів, можливість стабільного розвитку та підвищує їх конкурентоздатність.

Аналіз літературних джерел. Проблемі управління закупівельною діяльністю підприємств в умовах ринкової економіки присвячені праці багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених, зокрема: Анікіна Б. А., Бажина І. І., Крикавського Є. В.,

Коноваленко Б. М., Пастухової В. В., Чудакова А. Д., Пономарьової Ю. В., Сергєєва В. І., Стаханова В. Н. та ін. Головна увага в цих роботах приділялася визначенню критеріїв вибору постачальників, опису процедур замовлення та закупівлі, розробці методів багатокритеріальної оцінки постачальників, однак питання дослідження стратегічних рішень у сфері постачання не знайшли в них достатнього висвітлення.

Метою статті є дослідження стратегічного сорсингу як способу підвищення конкурентоздатності підприємства за рахунок зниження закупівельних витрат із забезпеченням відповідної якості продукції.

Перш ніж говорити про цілі та завдання управління закупівлями, зупинимося на термінологічному аспекті цієї сфери логістики. Зокрема, Дж. Бауерсокс і Дж. Клосс стверджують, що «постачання» включає закупівлі й організацію зовнішніх поставок матеріалів, виробничих компонентів або готових продуктів від постачальника на підприємства, склади або в роздрібні магазини [1].

В теорії логістики використовують декілька різних понять, що описують процес придбання підприємствами товарів та послуг [1]. Так, поняття «закупка», «постачання» та «стратегічний сорсинг» часто застосовуються як синоніми, проте це помилково. Термін «закупка» слід застосовувати до трансакційних функцій при купівлі товарів і послуг по найнижчій ціні. «Постачання» – це більш широке поняття, яке крім закупівельних операцій включає в себе управління товарами і послугами як матеріалами. Стратегічний сорсинг об'єднує ці два поняття. Він фокусується на створенні каналів поставок, які забезпечуватимуть найнижчі загальні витрати для підприємства і більш узгоджену співпрацю з постачальниками, а не лише найнижчі закупівельні ціни.

Стратегічний сорсинг слід розглядати як упорядкований процес, що охоплює всі види діяльності підприємства, які входять до циклу закупок, починаючи від розробки специфікації продукту і до отримання готових товарів і послуг та їх оплати [2].

Головною метою стратегічного сорсингу є забезпечення максимально високої цінності, кращих послуг та найнижчих загальних витрат. При цьому важливо, щоб він не просто призводив до зниження витрат, а і підвищував прибуток підприємства, забезпечуючи наявність необхідних товарів і послуг. Розглянемо сутність стратегічного сорсингу через його часткові цілі (рис.).

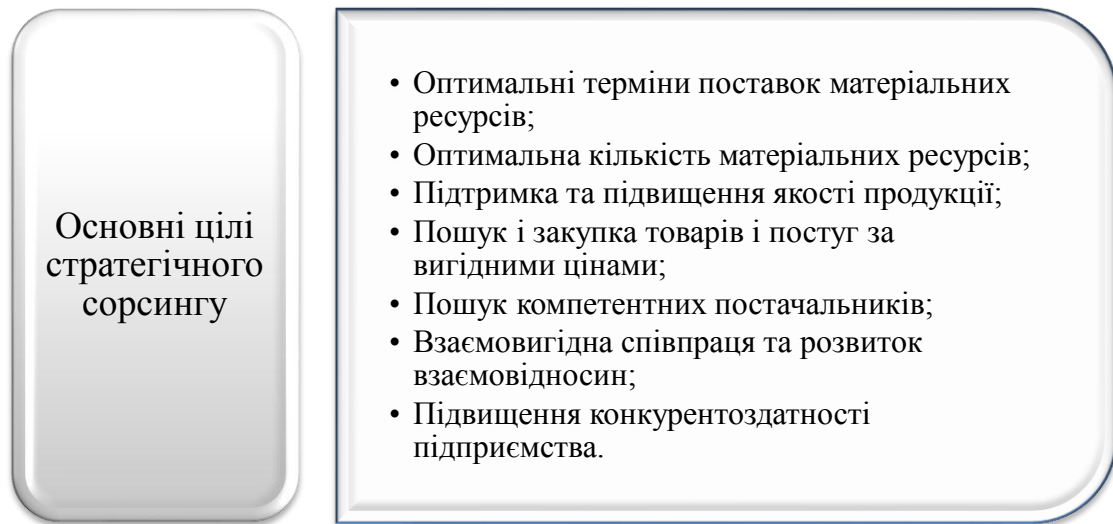


Рис. – Основні цілі стратегічного сорсингу

Оптимальні терміни поставки матеріальних ресурсів та надання послуг. Затримання поставок може зірвати виробничий графік, що потягне за собою великі накладні витрати, а закуплені раніше наміченого терміну матеріали лягають додатковим тягарем на оборотні фонди і складські приміщення підприємства, знижуючи показники рентабельності.

Оптимальний розмір партії поставки, тобто відповідність обсягу ресурсів у поставці потреби в них. Надлишок або недостатній об'єм продукції, що поставляється, негативно впливає на баланс оборотних фондів і стійкість випуску продукції та, крім того, може викликати додаткові витрати при відновленні оптимального балансу.

Підтримка і підвищення якості. Продукція, матеріали або послуги повинні відповідати необхідному рівню якості, інакше кінцевий продукт не буде відповідати прийнятим стандартам, що призведе до росту витрат. Іншими словами якість кінцевої продукції напряму залежить від якості матеріальних ресурсів.

Пошук і закупка товарів і послуг за мінімальними цінами. Закупівельна діяльність вимагає великого обсягу оборотних коштів, а, як показує досвід, нестача саме оборотних коштів є однією з головних проблем сучасних підприємств. Потенціал збільшення прибутку при здійсненні раціональних закупівель може бути досить значним.

Пошук компетентних постачальників. Діяльність та надійність постачальника дуже впливає на виробника, на якість і конкурентоспроможність компанії–покупця. Працівник, відповідальний за вибір постачальника, повинен проводити ретельний пошук і аналіз можливих постачальників, причому аналізуючи потенційних постачальників за такими критеріями, як якість пропонованої продукції, можливість вчасної доставки, ціна, сервіс і т.д.

Підвищення конкурентоспроможності компанії. Основні завдання дослідження ринку закупівель полягають у регулярному зборі й оцінці інформації з метою визначення місткості ринку і створення передумов для оптимізації закупівель.

Взаємовигідна співпраця та розвиток взаємовідносин. Саме ця мета є однією з відмінностей стратегічного сорсингу від звичайного планування закупівель. Узгоджена і взаємовигідна співпраця дозволяє не лише раціонально організувати сам процес поставок, а й гарантує надійність взаємної роботи і впевненість у постачальнику. Така співпраця надає більше можливостей для обох сторін, забезпечуючи при цьому успіх роботи і позитивний кінцевий результат.

Постачальник і промислова фірма повинні взаємодіяти при розробці програм ціноутворення. Ця взаємодія здійснюється за такими напрямками:

- 1) ретельне опрацювання рішень щодо власного виробництва або закупівлі комплектуючих виробів;
- 2) визначення умов оплати;
- 3) встановлення оптових знижок;
- 4) функціонально-вартісний аналіз;
- 5) вивчення можливості заміни сировини, матеріалів, комплектуючих;
- 6) планування змін у виробничих процесах, технології або технологічному режимі;
- 7) зниження обсягу відходів виробництва і їх утилізацію;
- 8) погодження припустимих відхилень від технічних вимог [3].

Основні принципи стратегічного сорсингу:

- узгодженість стратегій (стратегічне партнерство з постачальниками, узгодженість бізнес – стратегій);

- скоординовані процеси (масштаб взаємовідносин відповідно до контракту, аналіз ринка, стикування процесів з постачальниками);
- оптимізована організація (навчання, талант управлінця, моніторинг професійної кар'єри);
- підтримуючі технології (планування роботи ланцюга поставок, ефективний обмін даними, електронна база даних та обмін);
- міна результатів (показники роботи постачальників, показники роботи підприємства, фокусування на підвищенні цінності продукції) [4].

Як бачимо, і цілі, і принципи стратегічного сорсингу базуються саме на раціональній, ефективній та взаємовигідній співпраці з постачальниками. Оволодіння основами сорсингу є складним процесом, який залежить від багатьох факторів, і його принципи неможливо застосувати в загальному для всіх підприємств, – він буде ефективним, розглядаючи конкретне підприємство. Для його ефективного застосування необхідно володіти актуальною інформацією про потенційних постачальників, а також знати особливості досліджуваної сфери виробництва.

Відомо, що конкурентоспроможність є одним із головних і вирішальних факторів стабільного функціонування підприємства, оскільки від її рівня напряму залежить прибуток. Тому однією із функціональних задач менеджерів є постійна робота над її підвищенням. Якщо всі можливості по вдосконаленню виробничого процесу вже використано, наступним кроком може бути покращення організації поставок матеріальних ресурсів. Зазвичай саме на цьому етапі виникає багато питань: «За якими критеріями обрати постачальника?», «Як регулярно і в якому об'ємі здійснювати поставки?», «Як вибір певного постачальника вплине на реалізацію готової продукції?» і т.д. Ці питання вирішує стратегічний сорсинг. Він дозволяє максимально можливо покращити якість продукції підприємства та підвищити прибуток, при цьому забезпечуючи наскільки це можливо зменшення витрат.

Стратегічний сорсинг стає ефективним механізмом управління закупівельною діяльністю сучасних підприємств. Окрім основних завдань планування поставок, він дозволяє забезпечити ефективну, надійну, взаємовигідну співпрацю з постачальниками, яка дає позитивний кінцевий результат і відкриває нові можливості взаємної роботи.

Напрямок подальших досліджень є визначення основних елементів механізму стратегічного сорсингу та дослідження сучасних інформаційних систем, пов'язаних із організацією та плануванням закупівельної діяльності підприємства.

Список літератури: 1. *Бауэрсокс Доналд Дж., Клосс Дейвид Дж.* Логистика: интегрированная цепь поставок Учебно-практическое пособие, 2-ое издание.: Пер. с англ.– М.: ЗАО «Олимп–Бизнес», 2008. – 640с. 2. *В.И. Сергеев* Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов – М.: ИНФРА-М, 2005. – 976 с. 3. *Дж.Гатторн.* Управление цепями поставок: Справочник издательства Gower, Пер. с 5-го англ. изд. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 670 с. 4. *Л.Л.Мешкова* Логистика в сфере материальных услуг (На примере снабженческо-заготовительных и транспортных услуг). 2-ое издание/ *Мешкова Л.Л., Белоус И.И., Фролов Н.М.* – Тамбов: Издательство ТГНУ, 2002. – 188с. 5. *А.М.Гаджинский* Логистика: Учебник для высших и средних специальных учебных заведений.– 2-е изд.– М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1999. – 228 с.

Надійшла до редакції 25. 03. 2013

УДК 658.712

Стратегічний сорсинг – спосіб покращення конкурентоздатності підприємства та підвищення рівня прибутків / Сисоєв В. В., Горбач А. Ю. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 7(981). – С. 121–126. – Бібліогр.: 5 назв.

В статье рассмотрено понятие сорсинга – как одного из способов улучшения конкурентоспособности производственного предприятия, которое пользуется услугами поставщиков. Стратегический сорсинг фокусируется на создании каналов поставок, обеспечивающих снижение общих затрат предприятия путем поиска выгодного поставщика и тесного сотрудничества с ним.

Ключевые слова: конкурентоспособность, логистика, снабжение, стратегический сорсинг, цикл закупок.

The article considers the concept of sourcing – as one of the ways to improve the competitiveness of manufacturing companies that are using provider service. Strategic sourcing is based on creating a supply chain that will ensure lower total enterprise costs by finding the optimum supplier and close cooperation with him.

Keywords: competitiveness, logistics, supply, strategic sourcing, purchase cycle.

УДК 339.138

О. Є. СКВОРЧЕВСЬКИЙ, канд. техн. наук, доц., НТУ «ХПІ»,
Ю. М. БОЖКО, студентка, НТУ «ХПІ»

ОПТИМІЗАЦІЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРОГРАМИ СУЧАСНОГО ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ВАТ «ЗАВОД ПІВДЕНКАБЕЛЬ»

Метою роботи була розробка методики оптимізації виробничої програми потужного металообробного підприємства, максимально наближена до сучасних реалій їх функціонування. Дослідження здійснювались на прикладі ВАТ «Завод Південкабель». Для досягнення поставленої