

СТРАТЕГІЧНИЙ СОРСИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАКУПІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Герасименко В.М., старший викладач,
Національна академія національної гвардії України, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4828-1353>

Коли ми говоримо про публічні закупівлі в Україні, ми достатньо часто маємо на увазі тільки операційну діяльність по проведенню процедур закупівель, зокрема роботу в системі Prozorro. Але насправді аукціони – це лише частина всього закупівельного циклу. Досягти значних результатів можливо тільки тоді, коли фахівці розуміють стратегію закупівель і використовують всі інструменти для реалізації цієї стратегії. В сучасних закупівлях акцент робиться більше на довгострокових цілях і на стратегії, ніж на операційних цілях, тому актуальність даного питання очевидна.

Метою дослідження є визначення стратегічного сорсингу як засобу підвищення ефективності публічних закупівель за рахунок зниження витрат із забезпеченням відповідної якості продукції.

Стратегічний сорсинг – це підхід, в якому закупівельники зосереджуються на роботі з каналами постачання, а не тільки на ціні. Стратегічний сорсинг використовується для стратегічно важливих напрямків і категорій в закупівлях. Стратегічний сорсинг вимагає комплексного довгострокового підходу з постійним аналізом всіх можливостей ринку і переглядом процесів всередині компанії, тобто це стратегічний підхід до пошуку і вибору постачальників.

Цей підхід відрізняється від простого тендеру, а саме:

- в стратегічному сорсингу досліджуються всі витрати, пов'язані з процесами в організації, на відміну від традиційного сорсингу, де зосередження іде в основному на ціні;

- стратегічний сорсинг розглядає всі можливі варіанти каналів постачання, включно з глобальними, а не зосереджений тільки на локальних постачальниках;

- стратегічний сорсинг фіксується на отриманні максимальної якості за оптимальну ціну, традиційно зосереджений на мінімізації ціни;

- в стратегічному сорсингу використовують перемовини і глибокий аналіз контрактів і домовленостей, а також якісна робота з технічними завданнями.

Визначено етапи впровадження стратегічного сорсингу: визначення потреб; розробка стратегії; оформлення заявки; пошук і аналіз постачальників; початок запити; тендер, переговори, контракт; реалізація, управління контрактом, CRM.

Велике значення має робота з бізнес потребами. Для того, щоб оцінити потреби і підготуватись до закупівельного процесу, рекомендуємо використовувати «5 правил закупівель»: товари потрібної якості, які постачаються у потрібній кількості, у потрібне місце, у потрібний час, за правильну ціну.

Цей процес схожий на «Категорійний менеджмент». В ньому треба впроваджувати крос-функціональну взаємодію, розробку стратегії і роботу з потребами. Включає в себе і етап тендеру, але тільки як один з елементів. І закінчується комплексною оцінкою і коригуванням стратегії.

Для того щоб вийти на рівень стратегічного сорсингу необхідно постійно працювати із усіма стейкхолдерами процесу (усіма зацікавленими особами). Мова йде як про внутрішніх стейкхолдерів, так і про постачальників. Щоб ідентифікувати весь потенціал, який можна використати і отримати оптимізацію, необхідно тісно і постійно співпрацювати із колегами в інших департаментах і структурах.

Також важливо вести постійну роботу з ринком. В першу чергу знати ринок, бути привабливим клієнтом для постачальників, намагатись залучити найкращих постачальників з ринку.

Таким чином стратегічний сорсинг стане інструментом в підвищенні ефективності публічних закупівель за рахунок оптимізації витрат на різних етапах закупівельного процесу.

Література:

1. Шарчук Т.В. Логістичний аутсорсинг – шлях до оптимізації управління бізнес-процесами підприємства *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Логістика. 2008. № 633. С. 772-779.

2. Довгань Л.Є., Каракай Ю.В., Артеменко Л.П. Стратегічне управління. навчальний посібник. [2-ге вид.]. К.: Центр учбової літератури, 2011. 440 с.

3. Методологічні засади стратегічного менеджменту фінансового забезпечення інноваційної діяльності організації. *Ефективна економіка*. 2024. № 9. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.9.59>