

ЗАКУПОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И КАТЕГОРИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Бузукова Е.А., специально для компании SRC

Говоря о Категорийном менеджменте, очень часто в компаниях под этим подразумевают работу с закупками. Однако отдел закупок и категорийные менеджеры – далеко не одно и то же. Закупки безусловно являются частью процесса управления товаром, однако ставить знак равенства между закупщиком и категорийщиком неверно.

Как мы говорили ранее, Категорийный менеджмент – это система управления ассортиментом, которая включает в себя принятие решения о закупке товара, определение каналов закупки, ценообразование на товар, решение о способах его продажи и продвижения и решение о развитии или сворачивании ассортимента. То есть закупки входят в сферу интересов Категорийного менеджмента, но являются лишь его частью. Категорийный менеджер в ходе своей работы на закупочную деятельность тратит достаточно времени (от 30 до 60% времени может занимать эта функция). Он может сам заниматься этой работой (в небольших компаниях так и происходит) или иметь подчиненных ему закупщиков, которые занимаются только своими прямыми обязанностями.

Какие функции у Закупок? Начнем с определения: **закупка - это получение товаров нужного качества в нужном количестве из нужного источника по нужной цене, доставляемых в нужное место в нужные сроки.**

Стратегия отдела закупок – купить товар, который будет хорошо продаваться сам по себе. Выгодные закупочные цены – это не основная цель закупки (понятие «неликвид» хорошо знакомо всем). Это уже тактика работы - получить скидки и лучшие условия.

Можно выделить несколько функций отдела закупок в компании:

- Приобретение нужного товара по наименьшей закупочной цене;
- Поддержание высокой оборачиваемости запасов;
- Обеспечение доставки товара вовремя;
- Обеспечение качественного товара и гарантий по товару от поставщиков;
- Взаимодействие с надежными поставщиками;
- Сотрудничество и взаимодействие с другими подразделениями компании;
- Снижение доли расходов на транспортировку и заказ товаров;
- Поддержка информационной базы по товару и внесение данных в информационную систему.

То есть мы видим, что Закупка – это процесс получения и обработки товара. А Категорийный менеджмент занимается именно стратегией развития продаж товара, то есть охватывает процессы и **до** поступления товара в компанию (например, принятие решения о закупе и мониторинг рынка), и процессы **после** (например, правила выкладки товара на полках, рекламные акции, ценообразование и анализ продаж).

В компаниях с традиционной системой Закупки и Продажи существуют автономно, сами по себе, часто конфликтуя и имея разные цели. Кто будет отвечать за неликвиды? Тот, кто закупил? Или тот, кто не продал? Всегда возникает спор, отделы валят вину друг на друга. Категорийный менеджмент противоречие между Закупками и Продажами устраняет, так как полностью возлагает ответственность и за закупку и за продажи товара на одного сотрудника – категорийного менеджера.

Важно не подменять понятия, подразумевая, что если в компании отлажен процесс закупок, то существует и Категорийный менеджмент. Закупки существуют как правило всегда, а вот общий процесс управления товаром и стратегическое развитие ассортимента может и отсутствовать.