подход к материально-техническому обеспечению предприятия порождает новые свойства этого процесса, способствует повышению его надежности и эффективности;

- конгруэнтность, т.е. соразмерность всех элементов материально-технического обеспечения промышленного предприятия в рамках закупочной логистики. Использование инструментария закупочной логистики позволяет исключить ненужные элементы и обеспечить соразмерность существующих систем;
- адаптивность, т.е. способность закупочной логистики постоянно подстраивать материально-техническое обеспечение промышленного предприятия под требования производственного процесса, а шире – под требования рынка.

Главной целью закупочной логистики, на наш взгляд, является оптимальное материально-техническое обеспечение промышленного предприятия. Под оптимальным материально-техническим обеспечением промышленного предприятия подразумеваются такие его качественные характеристики, как: закупка материально-технических ресурсов в соответствии с реальными нуждами предприятия; организация обеспечения производства материалами и оборудованием, номенклатура, по срокам и качеству максимально соответствующим технологии производства; минимизация затрат на материально-техническое обеспечение предприятия при соблюдении уже перечисленных требований. Целями материально-технического обеспечения промышленного предприятия в рамках закупочной логистики являются: закупка материально-технических ресурсов, включая весь комплекс логистических операций по продвижению их от поставщиков до предприятий-потребителей; обеспечение промышленного производства материально-техническими ресурсами, включая комплекс логистических операций по обеспечению ими предприятий в соответствии с технологией производства и в максимально приближенном к производственному потреблению виде.

Реализация целей закупочной логистики позволит обеспечить процесс производства предприятия на стадиях производственно-технологической комплектации, стадии производства и стадии организации материально-технического обеспечения в период эксплуатации продукции.

СОПОСТАВЛЕНИЕ ТРАДИЦИОННОЙ И НОВОЙ СИСТЕМ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ С ПРЕДПРИЯТИЯМИ-ПОСТАВЩИКАМИ

Л. М. Лапицкая

Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого, Республика Беларусь

В современных условиях хозяйствования меняется подход промышленного предприятия к выбору поставщиков сырья, материалов, комплектующих изделий. Эти изменения состоят в том, что предприятия стремятся, во-первых, наладить долгосрочные отношения с несколькими поставщиками; во-вторых, создать для них как бы гарантированный рынок; в-третьих, снизить издержки на сырье и материалы, но не в ущерб их качеству или срокам поставки. То есть, поставщики рассматриваются предприятиями как продолжение своих производственных подразделений. Другими словами, идет процесс интеграции снабжения, коммерческих и производственных операций поставщика с основными производственными процессами потребителя.

Сравнивая традиционную и новую системы взаимоотношений промышленных предприятий с поставщиками можно выделить следующие направления:

- механизм отборов поставщиков: при выборе поставщика покупатель ориентируется на наличие нескольких источников снабжения, на первый план выдвигаются такие критерии выбора, как сроки поставок, их частота, качество и т.д.;
- система ценообразования: покупатель, отказываясь от ценовой конкуренции поставщиков, готов оплатить поставщику расходы по улучшению качества обслуживания, при этом устанавливаются долгосрочные соглашения о поставках;
- график поставок: график поставок должен быть обоснован и подкреплен обязательствами с двух сторон;
- предполагаемый уровень качества: совместные усилия и ответственность за качество поставок, постоянное повышение качества;
- обмен информации: постоянный обмен информацией, наличие механизма обратной связи между поставщиком и покупателем, многосторонние контакты на разных уровнях управления.

Новый подход во взаимоотношениях с предприятиями-поставщиками ставит перед службой материально-технического снабжения промышленного предприятия следующие задачи :

- формировать потребности производственного предприятия в необходимых ему инвестиционных

товаров;
- определять круг их товаропроизводителей;
- устанавливать с ними хозяйственные связи по поставкам необходимых предприятию ресурсов;
- заключать с поставщиками взаимовыгодные контракты на поставку закупаемых инвестиционных товаров;
- организовывать закупки инвестиционных товаров;
- организовывать материально-техническое обеспечение предприятия путем реализации плана закупок, организации складирования поступающих грузов, их хранения, управления запасами и отпуска в места непосредственного производственного потребления.

Согласно новой системы взаимоотношений с поставщиками эффективность промышленного предприятия будет определяться:
- организацией производства, ориентируемого на рынок конечной продукции, а это имеет непосредственное отношение к организации поставок;
- охватом этой ориентацией и предприятий - поставщиков, у которых закупаются инвестиционные товары;
- разработкой новой стратегии изготовления конечного продукта предприятия, соответствующей ей стратегии снабжения, также ориентированной на минимальное разделение труда и на размер оптимальных поставок и доставки;
- новым структурированием не только производства, но и снабжения.

Очевидно, что реализация данной концепции в новых условиях хозяйствования направлена на повышение эффективности движения материальных потоков предприятия, на решение конечной цели его деятельности – на производство товара вообще, и получение прибыли от его реализации.

Планирование и организация движения материальных потоков на предприятии предполагает: определение видов работ, которые необходимо выполнить поставщику для обеспечения продвижения товаров на рынок; выявление факторов, оказывающих влияние на выполнение этих работ; определение субъектов, способных решить поставленные задачи. Выбор канала распределения в каждом конкретном случае зависит от характера самого товара, от особенностей предприятия потребителя и возможностей предприятия-поставщика.

Выбор прямого или посреднического канала при организации товародвижения имеет принципиальное значение по следующим причинам:
- выбор канала движения окажет влияние на все другие решения по маркетингу;
- величина персонала будет прямо зависеть от того, прямой или посреднический канал окажется выбранным;
- решение о канале товародвижения обязывает предприятие войти в долгосрочные экономические отношения с организациями - посредниками, а эти соглашения часто очень трудно потом изменить;
- при общих целях работы предприятий-потребителей и посредников между ними часто возникают конфликты.

В целом система физического распределения продукции представляет собой сеть подразделений, деятельность которых осуществляется в рамках оперативного планирования и должна быть нацелена на удовлетворение нужд предприятий - потребителей при заданном уровне затрат и качестве товаров.

УПРАВЛЕНИЕ МНЕНИЯМИ И ПРЕДПОЧТЕНИЯМИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В УСЛОВИЯХ УХУДШЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ОБСТАНОВКИ

Р. А. Лизакова
Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого

Ю. М. Сапункова
Гомельский кооперативный институт, Республика Беларусь

Постепенное ухудшение экологической обстановки влияет на поведение потребителей, вызывая к жизни новые требования к качеству продукции, упаковке товаров, ресурсам, а также репутации производителей.

В настоящий момент сложились два наиболее характерных направления в изменении мнений и отношений потребителей:

1. *Экологизация* – ориентация на экологическую безопасность и чистоту продукции, ресурсов.
2. Ориентация на новые *технологии*, по производству экологически безопасных товаров из