

**НОВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
ОРГАНИЗАЦИИ****Кучинская М.Ю.****Научный руководитель – Лабков С.С.****Могилевский государственный университет продовольствия  
г. Могилев, Республика Беларусь**

В общей системе цепи поставок одно из ведущих мест занимает организация закупочной деятельности, содержанием которой является управление материальными потоками в процессе обеспечения предприятия материальными ресурсами. В настоящее время новым направлением, концепцией в организации закупочных процессов на предприятии является организация конкурентных закупок.

Концепция включает системный метод проведения закупочной компании – прокьюремент, проведение закупок на основе конкурентных методов, а также основные модели и методы управления закупочными процессами. К новой технологии проведения закупок относится стратегический сорсинг.

Одним из развивающихся научных методов решения задач закупочной логистики является прокьюремент – совокупность методов, позволяющих максимально эффективно удовлетворить потребности организации (заказчика) в товарах, работах и услугах. Главной целью прокьюремента является наиболее эффективное удовлетворение объективных потребностей предприятия в товарах, работах и услугах.

Эффективное удовлетворение потребностей означает, что потребности должны удовлетворяться в максимально полном объеме и в приемлемый срок, с лучшим из возможных соотношений цены и качества. Необходимо точно определить, что именно из предлагаемого на рынке ассортимента товаров наиболее соответствует нуждам предприятия и стремиться приобрести их на наилучших условиях.

Данную задачу решают маркетинговые исследования и постоянный мониторинг рыночного предложения квалифицированными специалистами и при необходимости требуется обращение к высококвалифицированным консультантам. Маркетинговое исследование рынка закупок включает следующие основные направления: закупаемое сырье, продукция и услуги (в основном уникальная или дорогостоящая продукция); сырье, материалы и товары; поставщики ресурсов; система закупок.

При исследованиях рынка закупок пользуются следующими критериями оценки:

- ценность продукции или услуги с точки зрения получения прибыли; рентабельность продукции;
- характеристика цены / стоимости (частота изменения цены, наличие сезонных колебаний цен и др.);
- доступность (число поставщиков, возможные международные источники поставок, возможность производства на предприятии);
- качество материальных ресурсов;
- качество информации (точность, стоимость).

Анализ ценности осуществляется на основе сравнения функций, которые выполняют закупаемые товары с расходами при попытке найти вариант уменьшения расходов.