**Содержание**

Введение…………………………………………………………………………….......3

Вариант 9: Методы оценки эффективности закупок

материальных ресурсов………………………………………………………...…........4

9.1 Определить понятие материального потока, назвать виды материальных потоков. Дать определение материальных ресурсов ……..……………………........4

9.2 Какие существуют методы оценки эффективности материальных ресурсов. Охарактеризовать их……………………………………………………………..…...11

9.3 Рассчитать эффективность материальных ресурсов с использованием одного из методов их оценки……………………. …………………………………………..14

Заключение……………………………………………………………………………20

Список используемой литературы…………………………………………………..22

**Введение**

 Материальный поток на своем пути от первичного источника сырья до конечного потребителя проходит ряд производственных звеньев. Управление материальным потоком на этом этапе имеет свою специфику и носит название производственной логистики.

 Объектом изучения производственной логистики являются внутрипроиз-водственные логистические системы: промышленные предприятия; оптовые предприятия, имеющие складские сооружения; грузовые станции и др.

 Управление материальным потоком на промышленном предприятии представляет собой процесс целенаправленного воздействия на производственные подразделения, запятые продвижением материальных и информационных потоков из пункта производства в пункт потребления продукции.

 Потребность в материальных ресурсах складывается из потребности в ресурсах на основное производство, потребности на создание и поддержание переходящих запасов на конец планового периода и потребности на другие виды хозяйственной деятельности, включая и непроизводственную.

 При расчете потребности в материальных ресурсах необходимо учитывать наличие средств для их покрытия. Источниками покрытия могут быть собственные или заемные средства. Потребность в материальных ресурсах планируется по всей номенклатуре материалов в стоимостном и натуральном выражении. Объемы и сроки поставок материалов на предприятие определяются режимом их производственного потребления, созданием и поддержанием необходимого уровня производственных запасов.

**Вариант 9: Методы оценки эффективности закупок материальных ресурсов**

**9.1 Определить понятие материального потока, назвать виды материальных потоков. Дать определение материальных ресурсов.**

Понятие материального потока

Понятие материального потока является ключевым в логистике. Материальные потоки образуются в результате транспортировки, складирования и выполнения других материальных операций с сырьем, полуфабрикатами и готовыми изделиями — начиная от первичного источника сырья вплоть до конечного потребителя.

Материальные потоки могут протекать между различными предприятиями или внутри одного предприятия. Прежде чем формулировать определение материального потока, разберем конкретный пример материального потока, протекающего внутри склада предприятия оптовой торговли [1].

На рис. 1 приведена принципиальная схема материального потока на складе. Поступающий в рабочее время товар после выгрузки может быть направлен непосредственно на хранение [2], а может попасть на участок хранения, предварительно пройдя приемку. В выходные дни прибывший груз размещают в приемочной экспедиции, откуда в первый же рабочий день передают на склад. Весь по ступивший на склад товар, в конце концов, сосредоточивается на участке хранения.



Рисунок 1 - Принципиальная схема материального потока на складе предприятия оптовой торговли

Пути движения груза из зоны хранения на участок погрузки также могут быть различными. На рис. 1 изображены 4 варианта:

1) участок хранения — участок погрузки;

2) участок хранения — отправочная экспедиция — участок погрузки;

3) участок хранения — участок комплектования — отправочная экспедиция — участок погрузки;

4) участок хранения — участок комплектования — участок погрузки.

По пути движения груза с ним осуществляются разнообразные операции: разгрузка, укладка на поддоны, перемещение, распаковка, укладка на хранение и т. д. Это так называемые логистические операции [3].Объем работ по отдельной операции, рассчитанный за определенный промежуток времени, за месяц, за год, представляет собой материальный поток по соответствующей операции. Совокупный материальный поток для всего предприятия оптовой торговли определяется суммированием мате­риальных потоков, протекающих на отдельных участках.

В книге дается пример расчета материального потока на участке разгрузки железнодорожных вагонов.

Материальным потоком называются грузы, детали, товарно-материальные ценности, рассматриваемые в процессе приложения к ним различных логистических операций и отнесенные к временному интервалу.

Выделение всех операций на пути продвижения грузов, деталей, товарно-материальных ценностей через транспортные, производственные, складские звенья позволяет: увидеть общий процесс продвижения изменяющегося продукта к конечному потребителю; проектировать этот процесс с учетом потребностей рынка.

Размерность материального потока представляет собой дробь, в числителе которой указана единица измерения груза (штуки, тонны и т. д.), а в знаменателе — единица измерения времени (сутки, месяц, год и т.д.). В нашем примере размерность материального потока — т/год.

При осуществлении некоторых логистических операций материальный поток может рассматриваться для заданного момента времени. Тогда он превращается в материальный запас. Например, операция транспортировки груза железнодорожным транспортом. В тот момент, когда груз находится в пути, он является материальным запасом, так называемым запасом в пути.

Виды материальных потоков

Материальные потоки определены как грузы, рассматриваемые в процессе приложения к ним различных логистических операций. Большое разнообразие грузов и логистических операций осложняет изучение и управление материальными потоками. Решая конкретную задачу, необходимо четко обозначить, какие именно потоки исследуются. При решении одних задач объектом исследования может быть груз, рассматриваемый в процессе приложения большой группы операций. Например, при проектировании рас­пределительной сети и определении количества и размещения складов. При решении других задач — например, при организации внутрискладского логистического процесса, — детально изучается каждая операция.

Материальные потоки подразделяют по следующим основным признакам:

- отношение к логистической системе;

- натурально-вещественный состав потока;

- количество образующих поток грузов;

- удельный вес образующего поток груза;

- степень совместимости грузов;

- консистенция грузов.

По отношению к логистической системе материальный поток может быть: внешним, внутренним, входным и выходным.

Внешний материальный поток протекает во внешней для предприятия среде. Эту категорию составляют не любые грузы, движущиеся вне предприятия, а лишь те, к организации которых предприятие имеет отношение.

Внутренний материальный ноток образуется в результате осуществления логистических операций с грузом внутри логистической системы.

Входной материальный поток поступает в логистическую систему из внешней среды.

Выходной материальный поток поступает из логистической системы во внешнюю среду. Для предприятия оптовой торговли его можно определить, сложив материальные потоки, имеющие место при выполнении операций по погрузке различных видов транспортных средств.

При сохранении на предприятии запасов на одном уровне входной материальный поток будет равен выходному.

По натурально-вещественному составу материальные потоки подразделяют на одноассортиментные и многоассортиментные. Такое разделение необходимо, так как ассортиментный состав потока существенно отражается на работе с ним. Например, логистический процесс на оптовом продовольственном рынке, торгующем мясом, рыбой, овощами, фруктами и бакалеей, будет существенно отличаться от логистического процесса на картофелехранилище, которое работает с одним наименованием груза.

По количественному признаку материальные потоки бывают массовые, крупные, средние и мелкие.

Массовым считается поток, возникающий в процессе транспортировки грузов не единичным транспортным средством, а их группой, например, железнодорожный состав или несколько десятков вагонов, колонна автомашин, караван судов и т. д.

Крупные потоки — несколько вагонов, автомашин.

Мелкие потоки образуют количества грузов, не позволяющие полностью использовать грузоподъемность транспортного средства и требующие при перевозке совмещения с другими, попутными грузами.

Средние потоки занимают промежуток между крупными и мелкими. К ним относят потоки, которые образуют грузы, поступающие одиночными вагонами или автомобилями.

По удельному весу образующих поток грузов материальные потоки классифицируют на тяжеловесные и легковесные.

Тяжеловесные потоки обеспечивают полное использование грузоподъемности транспортных средств, тре­буют для хранения меньшего складского объема. Тяжеловесные потоки образуют грузы, у которых масса одного места превышает 1 т (при перевозках водным транспортом) и 0,5 т (при перевозках железнодорожным транспортом. Примером тяжеловесного потока могут служить рассматриваемые в процессе транспортировки металлы.

Легковесные потоки представлены грузами, не позволяющими полностью использовать грузоподъемность транспорта. Одна тонна груза легковесного потока занимает объем более 2 м3 — например, табачные изделия в процессе транспортировки образуют легковесные потоки.

По степени совместимости образующих поток грузов выделяют совместимые и несовместимые мате­риальные потоки. Этот признак учитывается в основном при транспортировке, хранении и грузопереработке продовольственных товаров.

По консистенции грузов материальные потоки делят на потоки насыпных, навалочных, тарно-штучных и наливных грузов.

Насыпные грузы (например, зерно) перевозятся без тары. Их главное свойство — сыпучесть. Могут перевозиться в специализированных транспортных средствах: вагонах бункерного типа, открытых вагонах, на платформах, в контейнерах, в автомашинах.

Навалочные грузы (соль, уголь, руда, песок и т. п.) — как правило, минерального происхождения. Пере­возятся без тары, некоторые могут смерзаться, слеживаться, спекаться. Так же, как и предыдущая группа, обладают сыпучестью.

Тарно-штучные грузы имеют самые различные физико-химические свойства, удельный вес, объем. Это могут быть грузы в контейнерах, ящиках, мешках, грузы без тары, длинномерные и негабаритные грузы.

Наливные грузы — грузы, перевозимые наливом в цистернах и наливных судах. Логистические операции с наливными грузами, например перегрузка, хранение и др., выполняются с помощью специальных технических средств.

[1] В качестве примера выбран склад как наиболее типичный объект, встречающийся на пути движения материального потока от первичного источника сырья к конечному потребителю.

[2] Большое количество однородного товара после разгрузки, очевидно, будет направлено сразу на хранение. На участок приемки поступит лишь небольшая выборочная партия.

[3] Понятие логистической операции рассматривается ниже.

[4] Максимально снизить складские расходы можно, направляя товар из зоны хранения сразу в зону погрузки {рис. 1). Это означает отказ от операций подбора ассортимента на участке комплектования, а также отказ от доставки товаров покупателям (операции в отправочной экспедиции). Однако, отказываясь от предоставления услуг, предприятие теряет позиции на рынке, что также сопряжено с экономическими потерями.

Поиск приемлемого компромисса возможен лишь при налаженной системе учета издержек, позволяющей формировать информацию о наиболее значимых затратах, возникающих в процессе выполнения логистических операций, а также о характере взаимодействия этих затрат друг с другом.

Определение материальных ресурсов

 Объем требуемых материальных ресурсов складывается из потребности в материалах, необходимых для внедрения новой техники, для изготовления оснастки и инструмента, на эксплуатационные и технологические нужды, на создание необходимого задела незавершенного производства и на образование переходящих запасов. Потребность в материальных ресурсах определяется на основе баланса материально-технического обеспечения предприятия с учетом остатков и внутренних источников обеспечения.

 Определение потребности в материальных ресурсах можно осуществить тремя методами: детерминированным - на основе планов производства и нормативов расхода; стохастическим - на основе вероятностного прогноза с учетом потребностей за прошлые периоды; оценочным - на основе опытно-статистической оценки. Выбор метода зависит от особенностей материальных ресурсов, условий их потребления и наличия соответствующих данных для проведения необходимых расчетов.

 Общая стратегия планирования закупок материальных ресурсов на предприятии складывается в процессе взаимодействия финансового, операционного и логистического менеджмента. Координация и увязка требований перечисленных сфер по организации производства и общей логистической стратегии предприятия является задачей закупочной логистики.

 В зависимости от сложности выпускаемой продукции, состава комплектующих изделий и материалов происходит обоснование и выбор метода закупок.

**9.2 Какие существуют методы оценки эффективности материальных ресурсов. Охарактеризовать их.**

 В закупочной логистике выделяют три основных метода закупок:

 1. Оптовые закупки.

 2. Регулярные закупки мелкими партиями.

 3. Закупки по мере необходимости.

 Охарактеризуем перечисленные методы закупок.

 Оптовые закупки. Данный метод предполагает поставку товаров большой партией за один раз (оптовые закупки). Преимущества: простота оформления документов, гарантия поставки всей партии, повышенные торговые скидки. Недостатки: большая потребность в складских помещениях, замедление оборачиваемости капитала.

 Регулярные закупки мелкими партиями. В этом случае покупатель заказывает необходимое количество товаров, которое поставляется ему партиями в течение определенного периода времени. Преимущества: ускорение оборачиваемости капитала, экономия складских помещений.

 Закупки по мере необходимости. Этот метод похож на регулярную закупку, но количество товаров определяется приблизительно, выполнение каждого заказа согласовывается поставщиком с покупателем, оплачивается только поставленное количество товаров. Преимущества: ускорение оборота капитала, отсутствие обязательств по покупке определенного количества.

 Помимо названных методов, возможны различные их комбинации: регулярные (ежедневные, ежемесячные) закупки по Котировочным ведомостям, закупка товара с немедленной сдачей и др.

 Более детальную классификацию методов закупок можно представить следующим образом:

 - прямые закупки - закупки материальных ресурсов непосредственно у производителей;

 - встречные закупки - закупки у поставщиков, одновременно являющихся и потребителями;

 - лизинг - аренда, например, складского оборудования;

 - новая закупка - покупатель совершает покупку данной продукции впервые, может потребовать проведения серьезных исследований;

 - обычная повторная закупка;

 - измененная повторная закупка - предприятие-покупатель изменяет спецификацию заказа, цену, условия поставки или поставщика продукции, требует проведения небольших исследований;

 - комплексная закупка - осуществляется на основе комплексного решения и не требует принятия каких-либо отдельных решений.

 Наиболее распространенные методы управления закупками могут быть сгруппированы следующим образом: метод увеличения объемов закупок; метод уменьшения объемов закупок; метод прямого расчета объемов закупки.

 Метод увеличения объемов закупок сводится к следующему:

 1. Учитывается спрос на конкретные виды продукции для принятия решения об их закупках.

 2. Анализируется спрос в течение по меньшей мере 12 мес. для учета всех возможных видов сезонных колебаний.

 3. Определяется достаточный объем спроса на протяжении 12 мес. для создания запасов конкретного вида продукции.

 4. Решения о создании запасов принимаются в зависимости от количества заказов на конкретные виды продукции, а не от количества проданной продукции.

 Метод уменьшения объемов закупок сводится к следующему:

 1. Ежемесячно анализируется статистика сбыта продукции, не пользующейся спросом.

 2. На основании статистики сбыта определяются те виды продукции, объем запасов которых следует сократить.

 3. Вырабатываются критерии, на основании которых определяется необходимость уменьшения или ликвидации конкретных видов запасов продукции.

 4. Сводится к минимуму доля медленно реализуемых видов продукции на основе учета показателей объема запасов продукции.

 Метод прямого расчета объемов закупок (вычисление средних величин без учета динамики и цикличности спроса). При этом:

 1. Определяется период времени, для которого осуществляется расчет.

 2. На основании статистики продаж за выбранный период времени определяется общее количество проданной продукции.

 3. Определяется средняя величина запасов (в неделях) путем деления общего количества проданной продукции на количество недель в выбранном периоде.

 4. Для определения запаса данного вида продукции величина оптимального уровня запаса умножается на среднюю величину запасов в неделю.

 5. По мере продаж новой продукции расчетная величина, а вместе с ней и цифры в стандартном заказе меняются.

 6. Полученная в результате расчетов величина изменяется еженедельно, отражая актуальные статистические данные, поэтому средняя величина запасов и оптимальный уровень постоянно пересчитываются.

**9.3 Рассчитать эффективность материальных ресурсов с использованием одного из методов их оценки**

 Организация «GP Internet» является обществом с ограниченной ответственностью, входящим в состав большого холдинга. Данная организация занимается созданием и развитием Интернет-проектов.

 Служба закупок в компании построена централизованно. Закупочной логистикой занимается отдел логистики, состоящий из 3-х человек. Обязанности между ними делегируются следующим образом:

-Старший специалист занимается закупкой всего, что связанно с компьютерами;

- Второй специалист занимается закупкой канцтоваров;

-Младший специалист занимается закупкой воды в офис.

 В виду того, что организация динамично развивается и количество сотрудников в ней увеличивается, в среднем, на 5 человек ежемесячно, то из этого вытекает постоянная потребность в компьютерах и оргтехнике, а также в канцтоварах и воде с тенденцией к увеличению. Начинка у закупаемых компьютеров разная, это зависит от должности сотрудника. Этот же фактор является определяющим при заказе для нового сотрудника дополнительной оргтехники (телефон, принтер, сканер, факс, ноутбук или изменение конфигурации компьютера). Закупка канцтоваров имеет четкий набор товар, закупаемых ежемесячно с тенденцией к увеличению из-за увеличивающегося штата сотрудников. Количество закупаемой воды увеличивается с ростом численности работников. В организации ведется каталог наиболее часто покупаемой продукции.

 Выбор поставщика

 Важность выбора поставщика объясняется не только функционированием на современном рынке большого количества поставщиков одинаковых материальных ресурсов, но и тем, что он должен быть, прежде всего, надежным партнером товаропроизводителя в реализации его стратегии организации производства. Выбор поставщика осуществляется коллегиальным способом, т.е. ведется обсуждение возможностей и потребностей в поставках. Начальники отделов в конце каждого месяца составляют список необходимого для них оборудования, согласовывают его с дирекцией и передают свою заявку в отдел логистики. Далее специалисты этого отдела изучают рынок поставщиков, для того чтобы выбрать из общей массы производителей того, который продает свой товар по более выгодным для нас условиям. После изучения рынка составляется таблица для более наглядного отображения ситуации складывающейся на рынке. Таблица содержит: критерии по которым выбирается поставщик и сам поставщик. В данной таблице применяется бальная оценка поставщика по каждому из критериев. После того как все критерии учтены подсчитывается общий бал. Поставщик набравший наибольше кол-во баллов становится единственным поставщиком с которым организация заключит договор. Ставится от 0 до 5 баллов, которые отражают не только существование данной опции у поставщика, а также насколько хорошо данная опция работает. В виду того, что у организации истекли сроки договоров со всеми поставщиками. Нам необходимо найти новых постав-щиков или остаться со старыми.

 Итак, составим таблицу на январь 2009г.

 Таблица 1. Анализ поставщиков компьютеров (Компьютеры)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Поставщики | OLDI Компания | КИТ | ULTRA | ALMER |
| Критерии:Качество продукции | 5 | 4 | 5 | 5 |
| Цена | 4 | 3 | 5 | 3 |
| Гарантия на продукцию | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Сервисное обслуживание | 5 | 4 | 5 | 5 |
| Доставка | 5 | 4 | 5 | 5 |
| Ассортимент | 5 | 4 | 5 | 5 |
| Возможность покупки в кредит | 5 | 5 | 5 | 4 |
| Возможность оплаты и заказа через Интернет | 0;5 | 3;5 | 2;5 | 0;5 |
| Репутация | 5 | 4 | 5 | 5 |
| Скидки для оптовиков  | 5 | 4 | 5 | 4 |
| Итого | 49 | 45 | 52 | 46 |

 Таблица 2. Анализ поставщиков канцтоваров (Канцтовары)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Поставщики | Комус | Зенит | KANS | Объединение канцтовары |
| Критерии:Качество продукции | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Цена | 5 | 4 | 4 | 5 |
| Доставка | 5 | 4 | 5 | 5 |
| Ассортимент | 5 | 4 | 5 | 5 |
| Возможность покупки в кредит | 5 | 2 | 5 | 4 |
| Возможность оплаты и заказа через Интернет | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Репутация | 5 | 4 | 5 | 5 |
| Скидки для оптовиков  | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Итого | 40 | 33 | 39 | 39 |

Таблица 3. - Анализ поставщиков воды (Вода)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Поставщики | NESTLE | СУДОГОДСКАЯ | Кристальная | Шишкин лес |
| Критерии:Качество продукции | 5 | 4 | 5 | 5 |
| Цена | 4 | 5 | 4 | 5 |
| Доставка | 5 | 4 | 2 | 5 |
| Возможность покупки в кредит | 5 | 2 | 0 | 4 |
| Репутация | 5 | 5 | 3 | 5 |
| Скидки для оптовиков  | 2 | 5 | 5 | 5 |
| Вывоз бутылей | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Итого | 29 | 30 | 24 | 34 |

 По итогам данных таблиц в качестве поставщиков будут выбраны следующие организации:

заказ компьютеров и оргтехники будет осуществляться через Интернет-магазин ULTRA;

заказ канцтоваров будет осуществляться через КОМУС;

воду в организацию будут закупать - Кристальную.

 Определение объема закупок

 Численность сотрудников на данный момент составляет 158 человек. В январе планируют выйти еще 7 человек. В виду того, что закупка осуществляется централизованно и все сведения о имеющихся на складе товарах стекаются в отдел логистики, то нашим глазам предстает следеющая картина.

 По компьютерам:

 Т.к. в январе планируется увеличение штата сотрудников на семь человек, которые будут составлять новый отдел, из этого следует, что специалисту по закупке компьютеров и оргтехнике необходимо заказать 7 компьютеров стандартной конфигурации, 7 телефонов DEKT, а также 1 многофункцио-нальный аппарат (принтер, сканер, копир).

 Проанализировав количество имеющихся на складе канцтоваров, можно сделать вывод о том, что в следующем месяце для нормальной жизнедеятельности офиса (с учетом увеличения числа сотрудников) понадобится:

Бумага (А4) – 25пачек;

Ручки – 20шт;

Набор настольный – 7шт;

Файлы – 3 пачки по 100шт;

Скоросшиватели – 40шт;

Диски (CD, DVD) – 20шт;

Папки на резинках – 20шт;

Папка уголок – 20шт;

Куб для заметок с клейким краем – 20шт;

Лоток для документов (вертикальный) – 15шт;

Ежедневники – 30шт;

Календарь настольный – 10шт.

 Зная объем потребляемой воды за неделю (на 158 чел. - 20 бутылок по 19л.) Т.к. это составляет 380л в неделю, то на каждого сотрудника приходится по 2,4 литра воды. Из этого следует, что для новых семи человек нам потребуется 16,8л в неделю (это примерно 1 бутылка). Исходя из этого, на первую неделю января нам необходимо заказать 21 бутылку воды.

 Заказ на поставку товаров.

 У всех выбранных нами поставщиков есть услуга «заказ через Интернет», которой мы и воспользуемся. Здесь мы указываем все, что мы описали выше, указываем дату, способ доставки, а также способ оплаты.

 Дата поставки для всех товаров 10 января 2008г. (в течение дня)

 Способ доставки – бесплатная доставка на машине.

 Способ оплаты – по безналичному расчету.

 Контроль над выполнением заказа

 Зная, что все выбранные нами поставщики являются надежными во всех отношениях (т.к. существуют на рынке уже давно и имеют отлаженный механизм работы с клиентами), дополнительный контроль не осуществляется. Применяется только текущий контроль.

 Получение материальных ресурсов

 Важный этап - оприходование (получение) продукции.

 Поставщик доставил заказ вовремя

 Качество товара соответствовало заявленным требованиям

 Подтверждаем получение заказанного количества товаров

 И отправляем на склад

 Регистрируем необходимую документацию на получение материальных ресурсов.

 Полученный от поставщика счет на оплату налагает на нас обязательства, счет выписан в двух экземплярах и включает номер заказа, стоимость изделия, общую сумму к оплате по каждому виду.

 После получения заказа необходимо ввести новые сведения в учет отдела закупок. Эта операция включает в себя ведение файлов документов, которые относятся к заказу и необходимы отделу закупок:

 1. Журнал заказов на закупку, в котором ведется учет всех заказов по номерам и отображается статус каждого заказа - выполнен/не выполнен.

 2. Реестр заказов на закупку, содержащий копии всех заказов на закупку.

 3. Товарный реестр, показывающий все закупки каждого основного вида товара или изделия (дату, поставщика, количество, цену, номер заказа на закупку).

 4. Реестр с историей поставщика, отображающий все закупки.

**Заключение**

 Закупочная логистика есть процесс обеспечения предприятий материальными ресурсами, размещения ресурсов на складах предприятия, их хранения и выдачи в производство.

 Целью логистики закупок является удовлетворение потребностей производства в материалах с максимально возможной экономической эффективностью. При этом решаются задачи:

Выдерживание обоснованных сроков закупки сырья, материалов и комплектующих изделий.

Обеспечение точного соответствия количества поставок потребностям в них.

Соблюдение требований производства по качеству сырья, материалов и комплектующих изделий.

 Без закупочной логистики невозможна нормальная деятельность предприятия. Она является связующим звеном между разными товаропроизводителями и координаторами их работы.

 Логистика закупок выполняет следующие функции:

формирование стратегии приобретения материальных ресурсов и прогнозирование потребности в них;

получение и оценка предложений от потенциальных поставщиков;

выбор поставщиков;

определение потребностей в материальных ресурсах и расчет количества заказываемых материалов и изделий;

согласование цены заказываемых ресурсов и заключение договоров на поставку;

контроль за сроками поставки материалов;

входной контроль качества материальных ресурсов и их размещение на складе;

доведение материальных ресурсов до производственных подразделений;

поддержание на нормативном уровне запасов материальных ресурсов на складах.

 Охарактеризованные функции реализуются службой материально-технического снабжения (отдел закупок) в тесной взаимосвязи с другими подразделениями предприятия: отделом маркетинга, производством, службой подготовки производства, бухгалтерией, финансовым и юридическим отделами.

 Переход к рыночной экономике определяет роль и возрастающее значение закупочной логистики в общественном производстве. Рыночные условия вызвали к жизни ряд существенных изменений в сфере материально-технического обеспечения производства. Среди них особенно важными оказались:

давление быстро растущего ассортимента продукции, запрашиваемой рынком;

сокращение времени внедрения в производство новой продукции, ускоряющей расширение ассортимента;

сокращение длительности производственного цикла;

обострение конкуренции между производителями на фоне насыщения рынка нужными товарами.

 Все эти изменения привели к тому, что различные виды деятельности предприятия – производство, экономика, финансовая деятельность стали все больше зависеть от состояния материально-технического снабжения. Выяснилось, что в системе снабжения есть обширные зоны неэффективности, рационализация которых может дать большую экономию. Возникла необходимость реализации новых подходов к организации процессов материального обеспечения производства и управления им.

**Список используемой литературы**

1. Гаджинский А.М. Основы логистики: Учеб. пособие. – М.: ИВЦ «Маркетинг», 2008. – 124 с.
2. Семененко А.И. Предпринимательская логистика. – СПб.: Политехника, 2007. – 349 с.
3. Родионова В.Н., Туровец О.Г., Федоркова Н.В. Логистика: Конспект лекций. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 160 с.
4. Модели и методы теории логистики / Под ред. В.С. Лукинского – СПб.: Питер, 2009. – 176 с.
5. Мельник М.М. Экономико-математические методы и модели в планировании и управлении материально-техническим снабжением: Учебник для экон. спец. вузов. – М.: Высшая школа, 2009. – 208 с.
6. Ардатова М.М. Логистика в вопросах и ответах: Учебное пособие. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008. – 272 с.