

ков расширенного воспроизводства создает предпосылки привлекательности бизнеса в сфере жилищно-коммунальных услуг и возникновения конкуренции на рынке возможных претендентов по их оказанию.

*Габрусева Т. Ф., БГЭУ (Минск)*

## **РЕШЕНИЕ О ВЫБОРЕ ПОСТАВЩИКА**

Главной задачей органов закупок является своевременное обеспечение производства необходимыми материальными ресурсами соответствующей комплектности и качества, в нужное время, в заданном месте. Успех работы отдела закупок и, в конечном итоге, фирмы в целом зависит от способности отдела находить поставщиков, развивать отношения с ними, анализировать их возможности выбора соответствующего поставщика и последующей работы с ним при постоянном совершенствовании совместной деятельности.

В условиях рынка у предприятий возникает право выбора поставщика самостоятельно, а значит, и право закупки более эффективных материальных ресурсов. Это заставляет работников, осуществляющих закупки, тщательно изучать характеристики продукции, производимой различными поставщиками.

Эффективный выбор поставщика – настоящее искусство. Ошибка здесь может стоить очень дорого, особенно в случае с закупкой технически сложного оборудования. Основная трудность заключается в отсутствии единого критерия оценки поставщика. Для успешного выбора и эффективной дальнейшей работы необходимо тщательно анализировать всю деятельность поставщика (в прошлом, настоящем и будущем). Это усложняет процесс принятия решения о поставщике, однако помогает достичь цели – поиск и сохранение надежного источника материальных ресурсов.

Возможны два направления выбора поставщика:

- работа с существующими поставщиками, с которыми установлены деловые отношения. В этом случае фирма, как правило, располагает точными данными о деятельности этих компаний;
- выбор нового поставщика в результате анализа рынка.

Очевидна взаимозависимость и ответственность поставщиков и покупателей, наблюдается интеграция их логистических систем, координация совместной работы. Происходит превращение поставщиков из просто продавцов в деловые партнеры. Поэтому на практике имеет место тенденция размещать значительную долю своих новых заказов у одних и тех же поставщиков.

Размещение конкретного заказа у поставщика зависит от ряда количественных и качественных критериев. Обычно решение покупателя зависит от его оценки способности поставщика удовлетворять критериям качества, объема, условий доставки, цены и обслуживания. Необходимо также проанализировать технические, производственные, финансовые и управленческие мощности фирмы-продавца. Однако такие критерии, как имидж компании, ее репутация, степень сотрудничества, отсутствие о ней в СМИ негативных сообщений, доброжелательность персонала, способность к контакту и проч., также играют важную роль. Негативная оценка хотя бы по одному из этих показателей может вычеркнуть поставщика из списка возможных партнеров.

Кроме того, важны сопутствующие сервисные услуги, соответствующие инструкции, обучение пользованию, упаковка, обеспечение запасными частями, возврат некондиционных товаров, другие виды предпродажного и послепродажного сервиса. В некоторых случаях сюда входит совместная разработка новых видов или модификация

применяемых материальных ресурсов. Способность реагировать на потребности покупателя отличает хорошего поставщика от среднего. Месторасположение также влияет на выбор поставщика. При прочих равных условиях лучше выбрать местного поставщика, так как в этом случае транспортные расходы будут минимальными.

Как правило, основными критериями как для промышленной, так и торговой фирмы являются цена, качество товара и надежность поставки. Безусловно, снижение затрат на материальные ресурсы и поиск наиболее экономичных является самой важной частью экономики фирмы, так как расходы на закупки сырья и материалов могут составлять две трети от стоимости товара. Хотя многие зарубежные специалисты считают, что цена – это то, о чем можно всегда договориться, и она не должна быть главным критерием при отборе поставщиков. Высокие цены отпугивают многих покупателей, но часто именно у этих поставщиков можно приобрести самую качественную продукцию и на самых выгодных условиях, включая сервис, доставку, гарантии, условия дальнейшего сотрудничества.

В целом, управление системой критериев выбора поставщиков зависит от маркетинговой стратегии фирмы. В ряде случаев на первое место могут выходить такие, например, параметры, как время доставки, надежность поставщика, предоставление поставщиком кредита и др. Надо иметь в виду, что система критериев выбора поставщиков является динамичной. В любом случае необходимо определить приоритетные характеристики закупаемых материалов.

Оценка поставщиков – это непрерывный процесс. Необходимо отслеживать деятельность существующих поставщиков, чтобы знать, насколько их действия соответствуют ожиданиям. Новых поставщиков нужно рассматривать с точки зрения возможного сотрудничества. Сбор и накопление информации о поставщиках будет служить надежным источником для принятия будущих решений в отношении поставщиков.

*Гавриленко В. Н., БГЭУ (Бобруйск)*

## **ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Стратегия реализации целей и задач инновационной деятельности и внедрения НИОКР должна базироваться на информационном и программно-техническом перевооружении предприятий, создании необходимой инфраструктуры охватывающей практически все службы и производственные переделы, формализации и разработке наукоемких прикладных программно-информационных средств проектирования и управления, обеспечивающих подготовку и развитие электронной модели изделия с учетом его жизненного цикла.

Одним из условий информационной интеграции стадий жизненного цикла является стандартизация способов и технологий представления данных, благодаря которым результаты предшествующего процесса могут быть использованы в последующих с минимальными преобразованиями. Стандарты определяют единые формы компьютерного представления, накопления и обмена данными об объектах на этапах жизненного цикла независимо от вида изделия и используемого на предприятии инструментария.

Основным средством достижения этих результатов должно быть внедрение современных методов автоматизированного проектирования изделий и технологий. В отличие от традиционной последовательной технологии, в процессе автоматизированного проектирования изделий и технологий все основные стадии разработки, испыта-