

ОРГАНИЗАЦИЯ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОГО СНАБЖЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Л. М. Лапицкая

*Учреждение образования «Гомельский государственный
технический университет имени П. О. Сухого»,
Республика Беларусь*

Важность проблемы материально-технического снабжения для любого промышленного предприятия определяется тем, что оно, во-первых, должно обеспечивать непрерывность и стабильность производства и реализации продукции; во-вторых, от системы материально-технического снабжения, характера установления хозяйственных связей зависит уровень издержек, а, следовательно, и величина получаемой прибыли; в-третьих, хозяйственные связи в условиях рынка устанавливаются на основе спроса и предложения.

Все это говорит о том, что от рациональной организации системы материально-технического снабжения зависит эффективное функционирование предприятия, его экономический рост. В условиях плановой системы хозяйствования материально-техническое снабжение функционировало на основе централизованно установленного плана снабжения, согласно которому каждое предприятие знало кому и что оно поставляет и что от кого получает.

Рынок средств производства, будучи сферой товарно-материальных и нематериальных ценностей, и, представляя неограниченную ничем, кроме закона, экономическую свободу действий, является одинаково "открытым" для реализации различных хозяйственных связей. Это обуславливает пригодность для развития прямых хозяйственных связей предприятий следующих форм существования рынка, а именно: ярмарка, аукцион, биржа и т. д.

Наибольшее внимания при реализации производственных хозяйственных связей в современных условиях заслуживает ярмарка. Главным способом продвижения товаров является представление образцов на ярмарке в сопровождении комплекта технико-экономической документации. Присутствие на ярмарке представителей предприятий, заинтересованных в рекламе своей продукции, позволяет оперативно решать вопросы конструкторской, технологической доработки изделий в соответствии с запросами потребителей. Присутствие на ярмарке представителей оптово-посреднических предприятий способствует установлению прямых либо торговых связей.

Аукцион представляет собой состязательную форму продажи, при которой конкурируют потенциальные потребители, решившие приобрести предложенный им то-

вар. То есть, аукцион отвечает в большей мере интересам поставщика и характеризует рыночную ситуацию, в которой спрос удовлетворяется тем, что есть в наличии, а МТС предложения находится в ситуации ресурсного дефицита и его решение о приобретении товаров с аукциона основывается на необходимости поддержания ритма продуктов производства и выполнения обязательств перед заказчиками даже ценой больших затрат.

В случае, когда производство “подстраивается” под интересы каждого потребителя, а спрос, выраженный в конкретном заказе, удовлетворяется всякий раз индивидуально, снабжение может осуществляться посредством торгов. Как известно, торги представляют собой состязательную форму купли, при которой конкурируют потенциальные поставщики, изготовители, решившие принять к исполнению тот или иной заказ.

Располагая сведениями о приоритетном предприятии или группе предприятий, которые в состоянии выполнить все требования, заказчик может объявить единичные торги и сократить, тем самым, риск заключения договора на невыгодных условиях.

Такой способ установления производственно-хозяйственных связей по принципу наиболее выгодного размещения заказов становится “высшим смыслом нормальной деятельности” каждого изготовителя, когда преодолевается монополизм в производстве и, вместе с тем, не устанавливается диктат поставщика. Немаловажное значение при этом имеет также ликвидация товарно-денежной несбалансированности, проявляющейся в дефиците ресурсов и подкрепляющей этот диктат, как в случае нашей практики, для которой торги являются в большей степени исключением, чем правилом.

Если исходить из того, что объектом материально-технического снабжения является продукция с индивидуальными признаками, то возможность установления процесса обеспечения посредством биржи представляется сомнительной. Так как по правилам на бирже должны обращаться товары массового производства, обладающие качественной однородностью, сопоставимостью параметров, потребительских свойств в течение продолжительных периодов времени и взаимозаменяемостью партий, соответствующим известным стандартам по количеству и качеству. Поэтому для организации процесса снабжения путем биржевых торгов в их классическом варианте оказывается приемлемым, если индивидуальные запросы потребителей удовлетворяют типовым наборам потребительских свойств стандартной продукции полностью или частично.

Очевидно, что способ организации процесса материально-технического снабжения оказывает непосредственное влияние на повышение его эффективности, а, следовательно, при принятии решения об использовании каждого из этих способов должен решаться вопрос об определении этапов формирования производственно-хозяйственных связей процесса материально-технического снабжения, их целесообразности и содержания.

В общем виде этапы установления хозяйственных связей материально-технического снабжения могут быть представлены следующим образом:

- 1) возникновение и формулирование потребности в материальных ресурсах;
- 2) определение характеристик продукта, способных удовлетворить возникшие потребности;
- 3) рассмотрение и сравнение способов, обеспечивающих поставку материальных ресурсов;
- 4) поиск и сравнение различных поставщиков, способных удовлетворить потребности предприятия;

- 5) рассмотрение предложений и предварительные переговоры с поставщиками, чьи предложения рассматривались;
- 6) выбор поставщика или поставщиков;
- 7) оценка качеств выбранного продукта и взаимоотношение с поставщиком;
- 8) разработка механизма стимулирования поставщика в целях повышения его ответственности и материальной заинтересованности в конечных результатах работы предприятия-потребителя.

Из числа вышеперечисленных этапов установления хозяйственных связей в снабжении, этапом, которому должно быть уделено особое внимание, с точки зрения эффективности снабженческой деятельности предприятия, является этап, на котором осуществляется выбор поставщика.

Поскольку каждый поставщик оценивается совокупностью различных характеристик, отбор целесообразно осуществлять в соответствии с уровнем обобщенного показателя надежности конкретного поставщика, который дает возможность оценить надежность поставщика с учетом «ценовых» и «неценовых» факторов. «Ценовой» фактор надежности поставщика – это цена на поставляемые материальные ресурсы. При анализе «ценового» фактора потребитель должен учитывать, что послужило причиной принятия поставщиком «низкого» уровня цены на поставляемые материальные ресурсы: низкая цена и качество продукции; низкая цена – инструмент проникновения на новые рынки; низкая цена – барьер против выхода на рынок новых конкурентов; низкая цена, ее снижение – средство повышения конкурентоспособности.

В условиях рыночных отношений, наряду с ценой на поставляемые материальные ресурсы, при выборе надежного поставщика следует учитывать «неценовые» факторы, а именно: доля предприятия-поставщика на рынке; финансовое состояние предприятия-поставщика; наличие системы качества; выполнение требований по объему и частоте поставок; деловое сотрудничество.

Если каждый из представленных факторов будет оцениваться безразмерными показателями типа индексов, то комплексная оценка надежности поставщика по отношению к другому потенциальному поставщику будет определяться среднегеометрической взвешенной. Этот показатель позволит определить уровень надежности поставщиков, производящих и реализующих однородную продукцию.

Таким образом, совершенствованию организации хозяйственных связей материально-технического снабжения промышленных предприятий в современных условиях будут способствовать:

- использование различных форм организации материально-технического снабжения: ярмарки, аукционы, торги, биржи;
- определение этапов установления хозяйственных связей материально-технического снабжения;
- применение правил выбора надежного поставщика;
- использование методики выбора надежного поставщика.