

Седова Д.В.,
аспирант,
Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический
университет;
e-mail: d.sedova87@mail.com

**Материально-техническое снабжение как основной элемент
производственной деятельности научно-производственной компании**

*В статье рассматривается понятие материально-технического снабжения, его роль в схеме принятия управленческих решений в компании.
Ключевые слова: Материально-техническое снабжение, управление, продажи, производство, классификации.*

The paper deals with purchasing and its role in the scheme of decision making in the company.

Keywords: Procurement, management, sales, production, classification.

Для раскрытия сущности материально-технического снабжения как основного элемента научно производственной деятельности в первую очередь необходимо определиться с терминологией.

Практически каждый автор, так или иначе писавший о закупках, снабжении или логистике давал собственное определение материально-технического снабжения.

Так под материально-техническим снабжением предприятия понимается процесс обеспечения его всеми видами материально-технических ресурсов в требуемые сроки и в объемах, необходимых для нормального осуществления его производственной деятельности[1].

Однако для достижения поставленных в данной работе целей и задач данное определение необходимо скорректировать.

В первую очередь необходимо уточнить, что в диссертации будет рассмотрен не просто процесс, а бизнес-процесс, то есть совокупность взаимосвязанных мероприятий или задач, направленных на создание определенного продукта или услуги для потребителей [2].

Общеизвестно, что бизнес-процессы подразделяются на управляющие (которые управляют функционированием системы, операционные (которые составляют основной бизнес компании и создают основной поток доходов), поддерживающие (которые обслуживают основной бизнес)[3].

В целях диссертационного исследования под материально-техническим снабжением предприятия будем понимать операционный бизнес-процесс его

своевременного обеспечения необходимыми материально-техническими ресурсам для осуществления бесперебойного производства в соответствии с графиком продаж, что составит новизну исследования.

В предложенном определении понятие несколько расширено, так как здесь учтено не только производство, но и реализация продукции. Здесь мы сразу говорим о сбыте, ведь изначально именно так и строится система принятия управленческих решений. Расскажем об этом, забегаая несколько вперед, чтобы была понятна причина такого выделения.

Упрощенно схема последовательности принятия управленческих решений о деятельности предприятия представляется автору следующим образом:

1. График продаж (определяется номенклатура и объем производимой продукции),

2. Производство (определяется номенклатура и объем материально-технических ресурсов),

3. Материально-техническое снабжение (определяется уровень прибыли).

представим ее на рисунке (рис.1).



Рисунок 1. Схема последовательности принятия управленческих решений

Схема последовательности принятия управленческих решений, а так же вывод о том, что МТС представляет собой основной элемент производственной деятельности, составляют научную новизну данного исследования.

Данный вывод основывается на понимании того, что в зависимости от того какой метод организации продаж будет выбран в соответствии со стратегией развития предприятия, на его основе будет формироваться определенный метод производства, а, следовательно, это повлияет на метод организации материально-технического снабжения. Значит уже сейчас можно предположить, что при выборе метода продаж можно сразу судить о выборе метода организации материально технического снабжения. Данная мысль будет развита более подробно в свежующих параграфах. Теперь же остановимся более подробно на описании материально-технического снабжения как основного элемента производственной деятельности научно-производственных компаний.

Подводя итог, отметим, что задачи, поставленные перед службой закупок, формы и методы взаимодействия с поставщиками, а также эффективность процесса во многом зависят от того, насколько развито

межфункциональное взаимодействие между различными службами предприятия (закупки, производство, маркетинг и сбыт), и каким образом построены взаимоотношения предприятия с заказчиками готовой продукции. Действуя в совокупности, указанные обстоятельства являются определяющими в отношении того, сколько времени отводится службе закупок на поиск и отбор контрагентов, объективен ли этот процесс или работа ведется формально, насколько качественно оцениваются при этом потенциальные поставщики.

Список литературы

1. Борисов А. Большой экономический словарь. – М.: Книжный мир, 2010. – 864с.
2. Краткий экономический словарь. – М.: Гелиос АРВИО, 2012. – 624с.
3. Елиферов В.Г., Репин В.В. Бизнес-процессы. Регламентация и управление. – М.: Инфра-М, 2009. – 320с.