

отечественных алюминиевых сплавов и изделий;

- слабый внутренний рынок;

- необходимость реструктуризации научно-исследовательской деятельности, обеспечивающей модернизацию и развитие производства алюминиевой промышленности;

- незавершенность становления рыночной экономики в России и ее законодательного обеспечения. Отсюда «правила игры» у российского алюминиевого бизнеса хуже, чем у его конкурентов;

- повышение уровня экологической безопасности.

Из этих проблем вытекают следующие приоритетные задачи:

1) Интеграция алюминиевого бизнеса в России: вертикальная интеграция алюминиевой промышленности России – новый качественный этап в ее развитии, начавшийся с создания комплексных алюминиевых компаний (ОАО «СУАЛ-Холдинг» и ОАО «Русский Алюминий»). Реализация этого этапа потребовала от акционеров, прежде всего, вложений крупных, накопленных на первом этапе, инвестиций.

2) Сырьевая база: сегодня только «СУАЛ-Траст» является компанией, самодостаточной в сырьевом отношении (от боксита до глинозема).

Поэтому проблема сырья для производства алюминия в России будет самой острой и не терпящей отлагательства ее решения.

Возможны следующие пути ее решения: создание совместных с глиноземными предприятиями СНГ (НГЗ и ПАЗ) структур; строительство новых глиноземных предприятий на базе отечественного сырья; также не исключена покупка (строительство) предприятий или их долей в странах дальнего зарубежья.

3) Необходимо поднять уровень использования вторичного алюминия в производстве сплавов и изделий из алюминия.

4) Расширение внутреннего рынка алюминия России должно идти не только в экстенсивном направлении, но и путем замещения других конструкционных материалов этим металлом, как это делается во всем мире.

За рубежом широко развита сеть дистрибьюторских фирм, которые располагают не только складскими помещениями и широкой номенклатурой алюминиевых товаров, но и производственными площадями для разделки этого товара и изготовления деталей и узлов для малого и среднего бизнеса. В России существующие посреднические фирмы, как правило, занимаются только перекупкой и доставкой металла, не имея необходимых складских и производственных мощностей.

Внутренний рынок в определенной мере стимулирует поставщиков алюминия, так как затраты на реализацию металла и изделий на внешнем рынке несколько выше, чем на

внутреннем.

Безусловно, государство должно в соответствии с нормами международной торговли защищать российский рынок алюминиевых изделий на стадии его подъема, но это не значит, что он должен быть наглухо закрыт от импорта алюминиевого товара.

Российские заводы по переработке алюминия имеют широкие возможности для производства широкой номенклатуры товара, однако далеко не все виды изделий, произведенных в России, соответствуют международным стандартам.

Совершенствование процесса выбора поставщика на металлургическом предприятии

Дремов В.В.

ОАО «Магнитогорский металлургический комбинат»

Магнитогорск, Россия

Выбор поставщика составляет важную часть функции закупок и включает поиск источников снабжения и оценку возможности своевременной поставки. Функция анализа и выбора поставщика на сегодняшний день является самой субъективной, т.к. большую роль играет человеческий фактор. Для повышения степени доверия к данной процедуре внутри предприятия и оптимального соотношения цены и качества МТР процесс выбора поставщика должен отвечать следующим требованиям:

1) Процедуры выбора поставщика для различной номенклатуры должны быть четко определены, при этом процедуры выбора поставщика должны быть прозрачны и обеспечивать оптимальное соотношение затрат на организацию процедур выбора поставщика и потенциальной экономии бюджета закупок;

2) Организация работы по подготовке процедур выбора поставщика должна обеспечивать возможность получения всесторонней оценки полученных предложений:

- четкая и профессиональная техническая спецификация продукции, формулировка условий договора;

- полнота перечня потенциальных поставщиков для проведения тендера или составления конкурентной карты.

3) Объективность выбора поставщика для заключения договора:

- прозрачность применяемых оценок для альтернативных предложений при выборе поставщика;

- независимость и объективность условий для всех участников процедур выбора поставщика.

Для оптимизации процесса необходимо классифицировать номенклатуру с целью определения процедур выбора поставщика по следующим критериям:

1) стоимость, определяется на основе данных ABC анализа:

- категория А, материально-технические ресурсы (далее МТР), составляющие до 70% в общем объеме закупок;

- категория В: МТР, составляющие до 20% в общем объеме закупок;

- категория С: МТР, составляющие до 10% в общем объеме закупок.

2) характеристика рынка:

- рынок поставщика :

- Много поставщиков, мало покупателей

- Высокие риски и затраты при смене поставщика

- рынок взаимозависимых участников:

- Мало поставщиков, мало покупателей

- Высокие риски и затраты при смене поставщика

- конкурентный рынок:

- Много поставщиков, много покупателей.

- Низкие затраты смены поставщика

- рынок покупателя:

- Много поставщиков, мало покупателей

- Низкие затраты смены поставщика

3) Специфичность номенклатуры:

- МТР специфичные для предприятия;

- МТР специфичные для металлургических предприятий;

- МТР, закупаемые промышленными предприятиями разных отраслей;

Далее определяется простота описания предмета закупки:

- наличие критерия: предмет закупки имеет стандартные характеристики, определяемые ГОСТом;

- отсутствие критерия: для определения предмета закупки требуется дополнительная документация (чертежи, опросные листы и т.д.).

В ситуации «Рынок поставщика» выбор поставщика осуществляется на безальтернативной основе.

В ситуации «Рынок взаимозависимых участников» ведутся переговоры с каждым поставщиком, принимая во внимание необходимость установления долгосрочных партнерских отношений. Работа по выбору поставщика направлена на распределение объемов между существующими поставщиками и определению договорных условий на взаимовыгодной основе. По итогам работы составляется конкурентная карта.

В ситуации «Конкурентный рынок» выбор поставщика осуществляется на основе:

- закрытых тендеров – по МТР категории А и МТР категории В при наличии критерия «Критичность квалифицированной технической экспертизы»;

- анализа конкурентных карт – по МТР категории В и С;

- электронные торги на закрытой площадке – по МТР категории В и С при одновременном наличии критериев «Простота описания предмета закупки» и «МТР специфичные для металлургических предприятий»;

- электронные торги на открытой площадке – по МТР категории С при наличии критерия «Простота описания предмета закупки» и «МТР, закупаемые промышленными предприятиями разных отраслей».

Процедуры выбора поставщика закрепляются за номенклатурными позициями в регламентирующих документах на основе описанных выше критериев.

Закрепление процедур выбора поставщика по номенклатуре пересматривается раз в год. Если номенклатурные позиции, поставляемые одними поставщиками, попадают под разные процедуры выбора поставщика, то определение процедуры выбора поставщика осуществляется следующим образом:

- при выборе между процедурами «Закрытый тендер» и «Анализ конкурентной карты» выбирается «Закрытый тендер»;

- при выборе между процедурами «Анализ конкурентной карты» и «Электронные торги на открытой/закрытой площадке» выбирается процедура «Анализ конкурентной карты».

В нестандартных ситуациях (при поступлении внеплановых заявок на обеспечение МТР в связи с изменением производственной программы, аварийными ситуациями или при наличии жестких временных ограничений при закупке МТР для объектов капитального строительства) выбирается процедура, позволяющая обеспечить своевременный выбор поставщика.

В целях обеспечения единой политики осуществления закупочной деятельности на предприятии и мониторинга эффективности действующих закупочных процедур рекомендуется создание Комиссии по выбору поставщика.

Комиссия представляет собой межколлективный орган, в состав которого могут входить представители производства (заказчиков), технических служб, служб снабжения и контролирующих органов.

Комиссия по выбору поставщика выполняет следующие функции:

- принятие решений о переводе поставщика из одной категории в другую;

- принятие решений по изменению процедур выбора поставщика для различной номенклатуры;

- утверждения изменений в перечне поставщиков, не подлежащих конкурсному отбору;

- рассмотрение результатов осуществления процедур выбора поставщика;

- рассмотрение предложений по повышению эффективности закупочной деятельности.

**Экономико-менеджерская практика
первого русского академика Михаила
Ломоносова**

Залывский Н.П.

Поморский госуниверситет

им. М.В.Ломоносова,

Архангельск

Экономическая наука редко называются предметом внимания нашего знаменитого соотечественника. Это парадоксальный феномен ломоносоведения, непростительное заблуждение - полная противоположность оценке М.В.Ломоносова, данной более 150 лет назад русским критиком Д.И.Писаревым. По его мнению, наш земляк стоит целой головой выше общей массы, не сливается с ее грошовыми заботами и не удовлетворяется ее куриной хлопотливостью. В наше просвещенное время даже местный член-корреспондент может мешать открывать новый взгляд на Ломоносова и олицетворять такой узостью свою социальную маргинальность, отрицая призыв самого Ломоносова поспешать в достижении совершенства в науках, прилагать крайнее старание к познанию непознанного.

Когда-то я прочитал, что Ломоносов берется за все, работает почти во всех областях мысли, поэтому решил проверить гипотезу об его причастности к познанию экономической практики⁴. Теперь готов убедить в целесообразности дополнения давно сложившегося перечня научных направлений фактом его причастности к становлению экономической мысли России, основам отечественного менеджмента и, возможно, маркетинга.

Причины для этого есть. Во-первых, при оценке вклада М. В. Ломоносова в развитие экономической мысли важно помнить, что поморские берега были источником его первых жизненных наблюдений, что именно на архангельской земле жизненный опыт местных крестьян и рыбаков заложил структуру экономических взглядов будущего академика. Такой вывод согласуется с его познавательным принципом: «место подает первые простые идеи, происхождение есть начало, от которого что происходит и свое бытие имеет». Заметим и то, что работу механизма экономических отношений людей по поводу удовлетворения насущных потребностей ощущал и на архангельской таможне. Здесь молодой Ломоносов помогал

удостоверять различные сделки по рыночной купле-продаже рыбы.

Что же запомнилось на всю жизнь молодому помору?

Представления о господстве в Белом море северных ветров, зависимости времени пути судов на промыслы и обратно от направления и силы ветров⁵, о высоте приливов в Мезенской губе и учете ее при поиске прохода морским судам³, об особенностях местного этноса (лопарей). Также Ломоносов узнал о наличии сланцев и месторождений карельской слюды, об иловых отложениях на озере Лача в Каргополье, о чистом самородном серебре Медвежьего острова.

Наконец, он, исходя из юношеских воспоминаний, мог увеличить объем знаний о поморских солеварнях до реального ощущения процесса выварки соли⁶. То же самое можно утверждать в отношении промысла жемчуга в Кольском остроге.⁷

Минералогический интерес Ломоносова, олицетворяемый описанием в выпущенном в 1747 году каталоге 3030 минералов, стал прологом его внимания к алмазному делу. Именно он указал в 1749 году на постоянство двухгранных углов алмаза и других минералов. Я, конечно, хотел бы этим намекнуть о знании им признаков наличия алмазных россыпей на территории Приморского района Архангельской области, которые ныне рассматриваются серьезным подспорьем региональному бюджету. Однако превосходить первенство его мысли-гипотезы можно там, где есть бесспорные основания для привлекательного краеведческого вывода.

Восприятие втягивания крестьянских хозяйств в товарно-денежные отношения стало эмпирическим фундаментом будущих научных обобщений. Источником экономических знаний также могли стать научные контакты с профессором Г.Ф.Юнкером. Ему Ломоносов переводил документы, отражающие процесс разработки и использования соляных промыслов России. Он включил в свою библиотеку книги "Всеобщий словарь сельского хозяйства, садоводства", "Топография оренбургская", "Письма о коммерции" П. Рычкова и другие. Ломоносов не мог не быть популяризатором идей талантливого русского экономиста И. Т. Посошкова. Не случайно уже в зрелом возрасте (в 1752 г.) он дал поручение снять копию с рукописи его "Книги о скудости и богатстве". В 1747 г., по возвращению из Германии, он перевел на русский язык книгу немца Соломона Губерта "Экономическая стратегема", дал этой книге адаптированное к русскому языку название "Лифляндская экономия".

По мнению академика Д.Львова и др. книга имела огромное практическое значение, ибо она затрагивала вопросы организации сельскохозяйственной деятельности помещиков и

⁴ Залывский Н.П., Михаил Васильевич Ломоносов и экономическая наука России. – Архангельск, 2001.