

УДК 656.07

ПРИМЕР РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПЦИИ «MAKE OR BUY»

студент гр. 101041-12 *Воронюк Е. В.*

Научный руководитель – канд.экон.наук., доцент Краснова И.И.

Широкое распространение в процессе управления снабжением получила концепция, которая основана на решении в закупочной логистике «задачи МОВ» – задача «сделать и купить».

В широком смысле «задача МОВ» рассматривает как обоснование решения проблемы о степени использования в производственном процессе собственных средств производства. Решения принимаются как относительно использования собственных средств труда (собственный транспорт, склады, техника, оборудование), так и относительно использования собственных предметов труда, т.е. изготовленных самостоятельно заготовок, полуфабрикатов, комплектующих изделий.

При решении этой задачи необходимо учитывать ряд факторов «за» (потребность в комплектующем изделии стабильна и достаточно велика; и др.) и «против» (потребность в комплектующем изделии невелика; для его производства нет необходимых мощностей; отсутствие кадров нужной квалификации и т.д.).

Примером решения задачи «Make or Buy» является сборочный завод Daimler Trucks. На территории предприятия, составляющей 2,9 км², размещаются производственные цехи и офисы ключевых функциональных подразделений Mercedes-Benz Trucks.

Завод в Вёрте собирает грузовики модельных рядов Atego, Axor, Arocs, Actros, Econic, Unimog и Zetros. Гордость предприятия – ассортимент продукции, не имеющий аналогов в мире. Согласно статистике, в отдельно взятом году не существует двух идентичных грузовиков, произведенных в Вёрте. Каждый грузовик собирается по индивидуальному заказу и соответствует современным экологическим стандартам. Ежедневно с конвейера сходит 400 автомобилей. Для достижения эффективности работы завода руководством компании было принято решение о производстве основных узлов и комплектующих на территории завода в Вёрте, что снижает расходы на покупку и транспортировку комплектующих, а также доставку деталей прямо к нужной части конвейера и в последний момент.