

5) **этап корректировки.** После получения информации о текущем состоянии выполнения стратегии делается корректировка стратегии закупок [2].

-----

Хотя и выявление замечаний (недостатков) к тексту пункта 35 «Процесс организации закупок» из учебной публикации [2] не является задачей настоящей статьи, поскольку, как уже было отмечено здесь выше, оно может быть предметом другого исследования. Однако и по этому поводу следует сказать, что текст данного пункта представляет собой множество («сборище») нелепиц о логистике, которое может нанести вред профессиональной подготовке студентов российских вузов.

Что касается рекомендаций о рациональности (ценности, полезности) тщательной исследовательской разработки и практического использования касающихся «процесса организации закупок» положений в процессах оптимального формирования и

эффективного управления специфическим функционированием различных ЛСПП, то такие исследовательские разработки и их практическое использование представляются **целесообразными** для дальнейшего воплощения.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Леонтьев Р.Г., Архипова Ю.А. Логистика горного дела (интегрированные системы) : монография. – Владивосток : Издательство Дальневост. федерал. ун-та, 2021. – 200 с.
2. Шпаргалка по логистике. – М.: Издательство «Окей-книга», 2011. – 48 с.
3. Анисимов, В.П. Шпаргалка по логистике / В.П. Анисимов, М.В. Снежинская. М.: Издательство «Экзамен», 2009. – 48 с.
4. Иванов М.Ю., Иванова М.Б. Логистика: учебное пособие. – М.: РИОР, 2006. – 91 с.
5. Транспортно-складская логистика: учебное пособие / Под ред. В.А. Будишевского, Л.Н. Ширина. – Донецк: ДонНТУ, 2005. - 415 с.

### PART 3. SUPPLY STAGE OF LOGISTICS MINING SYSTEMS

**Leontiev R.**

*D-r of econ. science, professor, Chief Researcher (Computer center of FEB RAS, Khabarovsk, RF)*

**Arhipova Y.**

*Cand. of econ. science, leading research associate (Institute of Mining Affairs of FEB RAS, Khabarovsk, RF)*

### ЧАСТЬ 3. ЗАКУПОЧНАЯ (СНАБЖЕНЧЕСКАЯ) СТАДИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ГОРНОПРОМЫШЛЕННЫХ СИСТЕМ

**Леонтьев Р.Г.**

*д-р. экон. наук, профессор, главный научный сотрудник (Вычислительный центр ДВО РАН, г. Хабаровск, РФ)*

**Архипова Ю.А.**

*канд. экон. наук, ведущий научный сотрудник (Институт горного дела ДВО РАН, г. Хабаровск, РФ)*

DOI: [10.24412/3453-9875-2021-77-3-23-28](https://doi.org/10.24412/3453-9875-2021-77-3-23-28)

#### Abstract

The article presents the third part of the known provisions on the supply stage of logistics mining systems. Relevant comments were made about the rationality (value, usefulness) of careful research development and practical use of these provisions. Which can be used in the processes of optimal formation and effective management of the functioning of various integrated logistics systems of the mining industry.

#### Аннотация

В статье представлена третья часть известных положений о закупочной (снабженческой) стадии логистических горнопромышленных систем и соответствующие комментарии о рациональности (ценности, полезности) тщательной исследовательской разработки и практического использования этих положений в процессах оптимального формирования и эффективного управления функционированием различных интегрированных логистических систем горной промышленности.

**Keywords:** Integrated logistics systems of the mining industry (ILSMI), procurement (supply) stage, organization concepts, information support, essence and content of procurement.

**Ключевые слова:** Интегрированные логистические системы горной промышленности (ИЛСПП), закупочная (снабженческая) стадия, концепции организации, информационное обеспечение, сущность и содержание закупок.

На современном этапе весьма большое значение [1] приобретает оценка рациональности (ценности, полезности) тщательной исследовательской

(теоретической, методологической и методической) разработки и развития тех или иных положений логистики горной промышленности (весьма

специфической отрасли добывающего сектора российской экономики) и практического использования этих положений в процессах формирования и функционирования различных ИЛСГП. Такая оценка проводится на базе содержания ряда учебных пособий для студентов вузов [2-5], в которых изложена краткая и в тоже время достаточно информативная (что, главным образом, и определило выбор этих пособий авторами настоящей статьи) суть общих представлений о логистике как науки и вида производственной экономической деятельности.

В данной статье представлена третья часть известных (например, [2]) положений (36-42) о закупочной (снабженческой) стадии логистических горнопромышленных систем и соответствующие *комментарии о рациональности (ценности, полезности) тщательной исследовательской разработки и практического использования этих положений в процессах оптимального формирования и эффективного управления функционированием различных ИЛСГП*. Эти положения частично дают некие представления о том, на базе каких, якобы, знаний о логистике обучали в российских вузах будущих специалистов в этой области науки и практики.

### **«36. Формы организации закупочной деятельности»**

«Закупочная деятельность на предприятии является объектом управления в рамках логистической системы предприятия. При этом управление закупками должно осуществляться специальными службами. Это могут быть одна служба, один человек или целый департамент. Масштабы службы управления закупками зависят от размеров предприятия, от специфики производственного процесса.

**Факторы**, оказывающие влияние на функции службы закупок в организационной структуре предприятия:

- 1) доля расходов на закупаемое сырье и внешние услуги в расходах (доходах) предприятия;
- 2) специфика приобретаемой продукции или услуг;
- 3) сложившаяся ситуация на рынке продукции и услуг, жизненно необходимых для предприятия;
- 4) наличие возможностей для реализации данной функции;
- 5) задачи в области снабжения, способствующие достижению организационных целей предприятия.

Подразделения закупок могут быть организованы централизованно и децентрализованно.

**Децентрализованная форма организации закупочной деятельности** характеризуется тем, что служащие отделов будут самостоятельно осуществлять закупки, каждый отдельно для своего отдела. Преимуществом такой формы является то, что снабженец лучше знает потребности отдела, чем кто-либо другой. Кроме того, процесс закупки при таком подходе может осуществляться быстрее.

**Централизованная форма организации закупочной деятельности** характеризуется тем, что

для организации закупок назначается конкретное лицо или создается отдел (служба) с полномочиями делать закупки в интересах всех отделов и служб предприятия. Почти все предприятия, кроме мелких, используют централизованную форму организации закупок.

### **Преимущества централизованных закупок:**

1) простота проведения стандартизации приобретаемых материальных ресурсов или готовой продукции:

2) отсутствие административного дублирования функций: возможность совместного (несколькими отделами предприятия) размещения заказа у поставщика с целью получения скидок за большой размер заказа;

3) лучший контроль за выполнением обязательств по закупкам:

4) развитие профессиональных навыков специалистов по снабжению путем специализации, профессионального принятия решений и лучшего использования рабочего времени.

Специалисты службы снабжения фирмы отвечают за закупку продукции в соответствии со спецификациями, которые они получают от внутренних потребителей. Такими внутренними потребителями выступают другие функциональные подразделения предприятия, которым требуется данная продукция. В рамках отдела закупок функции иногда подвергаются дальнейшей специализации и развитию профессионализма как результата специализации» [2].

-----

Хотя и выявление замечаний (недостатков) к тексту пункта 36 «Формы организации закупочной деятельности» из учебной публикации [2] не является задачей настоящей работы, поскольку оно может быть предметом другого исследования. Однако и по этому поводу следует сказать, что текст данного пункта представляет собой множество («сборище») нелепиц о логистике, которое может нанести вред профессиональной подготовке студентов российских вузов.

Что касается рекомендаций о рациональности (ценности, полезности) тщательной исследовательской разработки и практического использования касающихся *«форм организации закупочной деятельности»* положений в процессах оптимального формирования и эффективного управления специфическим функционированием различных ЛСГП, то такие исследовательские разработки и их практическое использование представляются *целесообразными* для дальнейшего воплощения.

### **«37. Определение потребности в материальных ресурсах»**

«В процессе осуществления закупочной деятельности необходимо знать, какие материальные ресурсы закупать. Кроме того, важно знать не только наименования, но и требуемое их количество. Подобная информация содержится в плане закупок. Основное предназначение плана закупок состоит в том, чтобы обеспечить согласованность действий всех внутрифирменных подразделений и

должностных лиц компании по решению таких задач снабжения, как: расчет потребности и определение количества заказываемых материальных ресурсов; выбор метода закупок и заключение договоров на поставку сырья и материалов; проведение контроля за количеством, качеством, сроками поставок; организация размещения материальных ресурсов на складе и т.п.

Планирование закупок предполагает также решение следующих **задач**: какие материалы необходимы; количество материалов, которые необходимо для производства продукта; возможности поставщиков, у которых могут быть куплены товары; требуемые площади складов предприятия; расходы на закупки; возможности организации самостоятельного производства некоторых закупаемых материальных ресурсов на предприятии.

Потребность в материалах рассчитывается на основании разработанной программы производства конечного продукта.

Если речь идет о зависимом спросе, то потребность определяется при помощи методики MRP-I (планирование потребности в материалах). Принцип ее состоит в следующем. Исходный момент - это предсказуемый или известный спрос на конечную продукцию. Сборка конечной продукции из закупаемых и производимых самостоятельно материалов оформляется в списках. Также должно быть известно время поставок материалов и точное время их производства на собственном предприятии. Затем на основании времени поставок конечного продукта потребителю рассчитывается брутто-потребность в поставляемых и производимых собственными силами материалах. Далее брутто-потребность пересчитывается в нетто-потребность. Важно учитывать наличный запас; плюс заказанные материалы и запланированное собственное производство; минус заказ, предназначенный для предыдущей серии продукции. По данным расчетов определяется время выполнения заказа, которое представляет собой время с момента подачи заказа до момента поставки продукта. Преимущество данной методики состоит в том, что закупки и само производство планируются на основании потребностей в конечном продукте.

Если спрос потребителей колеблется, необходимо использовать метод сглаживания таких колебаний. Сглаживание достигается сравнением фактического потребления материалов в предшествующем периоде с прогнозными значениями, рассчитанными для этого же периода» [2].

-----  
Хотя и выявление замечаний (недостатков) к тексту пункта 37 «Определение потребности в материальных ресурсах» из учебной публикации [2] не является задачей настоящей статьи, поскольку, как уже было отмечено здесь выше, оно может быть предметом другого исследования. Однако и по этому поводу следует сказать, что текст данного пункта представляет собой множество («сборище») нелепиц о логистике, которое может нанести вред профессиональной подготовке студентов российских вузов.

Что касается рекомендаций о рациональности (ценности, полезности) тщательной исследовательской разработки и практического использования касающихся «*определения потребности в материальных ресурсах*» положений в процессах оптимального формирования и эффективного управления специфическим функционированием различных ЛСГП, то такие исследовательские разработки и их практическое использование представляются **целесообразными** для дальнейшего воплощения.

### «38. Документальное оформление заказа»

«Документы являются неотъемлемой частью хозяйственного оборота предприятия. Их роль состоит в том, что с их помощью реализуются все функции управления: планирование, прогнозирование, корректировка, регулирование, учет и анализ, мотивация. Однако многие предприятия в закупочной деятельности используют документы, введенные еще в прошлые годы (заказ-наряд, различного рода накладные и т.п.). На практике многие из таких документов не соответствуют современным требованиям. Бланк заказа должен быть составлен так, чтобы удовлетворять взаимные требования участвующих в сделке сторон.

**Документ по закупочной деятельности (бланк заказа)** должен содержать:

1) **название документа**. Это необходимо для выделения бланка заказа среди других документов; следует обозначить его словом «Заказ» или «Заказ на поставку»;

2) **порядковый номер**. Он используется в документах, прилагаемых к копии заказа (например, товарно-транспортная накладная, грузовая таможенная декларация, счет-фактура и т.п.). По номеру можно быстро найти необходимый документ;

3) **название и адрес компании**. Эта информация показывает, с кем ему предстоит взаимодействовать, куда поставлять товар и куда слать счет;

4) **ответственность за заказ**. В документе необходимо указать должностное лицо, с которым поставщик может уточнить все вопросы, связанные с заказом. Это поможет поставщику найти конкретного человека для решения своих проблем;

5) **дату, наименование и адрес поставщика**. Эта информация необходима для организации учета документов;

6) **сроки поставки и количество поставляемых товаров**. Эта информация позволяет составлять графики расчетов и проводить экономические расчеты.

7) **описание товаров**. Заказываемые товары должны быть четко определены в бланке заказа на поставку с необходимыми ссылками на предложение о закупках, заявку или спецификацию;

8) **адрес поставки**. Данная информация необходима тогда, когда адрес поставки отличается от основного адреса компании;

9) **цену заказа**. Во избежание конфликтов в бланке заказа необходимо представить цену товара;

10) **расчетный счет**. Для ликвидации финансовых недоразумений необходимо указать свои банковские реквизиты.

Количество экземпляров бланков заказа может быть различным. Зарубежные фирмы часто используют четыре экземпляра заказа. Кроме того, для облегчения работы они окрашены в различные цвета. В зависимости от особенностей компании количество цветов и варианты использования экземпляров могут изменяться. Необходимо стремиться к облегчению работы и избегать возможных чисто технических ошибок» [2].

-----

Хотя и выявление замечаний (недостатков) к тексту пункта 38 «Документальное оформление заказа» из учебной публикации [2] не является задачей настоящей статьи, поскольку, как уже было отмечено здесь выше, оно может быть предметом другого исследования. Однако и по этому поводу следует сказать, что текст данного пункта представляет собой множество («сборище») нелепиц о логистике и менеджменте в целом, которое может нанести некоторым образом ощутимый вред профессиональной подготовке студентов российских вузов.

Что касается рекомендаций о рациональности (ценности, полезности) тщательной исследовательской разработки и практического использования касающихся «документального оформления заказа» положений в процессах оптимального формирования и эффективного управления специфическим функционированием различных ЛСГП, то такие исследовательские разработки и их практическое использование представляются *целесообразными* для дальнейшего воплощения.

#### «39. Приемка поставляемой продукции»

«План закупок должен исполняться в установленные сроки и с минимальными отклонениями своих параметров. Важную роль для реализации плана закупок играют приемка продукции, документальное оформление поставок, проверка качества и количества товара.

**Приемка продукции.** В ходе приемки продукции необходимо удостовериться в том, что получен товар нужного качества, в нужном количестве, от своего поставщика, в обусловленное время, по заранее определенной цене. Для того чтобы достичь экономии времени, усилий и, соответственно, денег нужно позаботиться о том, чтобы складские помещения, места разгрузки, приемки товара были размещены как можно ближе друг к другу и недалеко от производственных помещений. Чтобы избежать скопления транспорта на территории фирмы или у ворот склада, а также для экономии затрат труда на погрузочно-разгрузочных работах необходимо сформировать график поставок, согласованный со всеми поставщиками предприятия. Также необходимо, чтобы основное сырье поставлялось в строго определенные дни, а другие виды вспомогательных материалов - по мере необходимости. Такой подход позволит не отрывать рабочих основного производства для разгрузки незапланированно прибывшего транспорта.

**Документальное оформление поставок.** Механизм документооборота следует организовывать таким образом, чтобы можно было правильно вы-

полнять все операции, связанные с поставками товаров. При этом копия заказов должна направляться в подразделение-потребитель для проверки на соответствие уведомлениям о поставке фактически поступившей продукции.

Для проверки нужно использовать спецификации (описание товара). Уведомление об отгрузке направляется поставщиком после того, как продукция подготовлена к отправке. В таком документе указываются номер заказа и время осуществления поставки. Поставленная партия товара должна содержать сопроводительное письмо, в котором должно подтверждаться, что эти товары предназначены для данного предприятия. Если поставщик пользуется услугами сторонних транспортных фирм, то в этом случае применяется документ поставщика. В данном документе указываются название и адрес отправителя, описание поставляемой продукции, количество мест, масса (вес) груза, особенности транспортировки, название фирмы поставщика.

**Проверка качества и количества закупленных материальных ресурсов** производится контролерами или специальными службами. Количество и качество закупленной продукции должно соответствовать предъявляемым требованиям, которые указываются в договорах на поставку и бланках заказов, спецификациях» [2].

-----

Хотя и выявление замечаний (недостатков) к тексту пункта 39 «Приемка поставляемой продукции» из учебной публикации [2] не является задачей настоящей статьи, поскольку, как уже было отмечено здесь выше, оно может быть предметом другого исследования. Однако и по этому поводу следует сказать, что текст данного пункта представляет собой множество («сборище») нелепиц о логистике и менеджменте в целом, которое может нанести некоторым образом ощутимый вред профессиональной подготовке студентов российских вузов.

Что касается рекомендаций о рациональности (ценности, полезности) тщательной исследовательской разработки и практического использования касающихся «*приемки поставляемой продукции*» положений в процессах оптимального формирования и эффективного управления специфическим функционированием различных ЛСГП, то такие исследовательские разработки и их практическое использование представляются *целесообразными* для дальнейшего воплощения.

#### «40. Выбор поставщика»

«В процессе закупочной деятельности предприятия выбор поставщиков является важным моментом, поскольку от этого зависят конечные показатели деятельности предприятия. **Процесс получения и оценки предложений от потенциальных поставщиков** может организовываться по-разному.

1. **Конкурсные торги (тендеры)** - это наиболее распространенная форма поиска потенциальных поставщиков. Их организуют в случае, если предполагается закупить сырье, материалы, комплектующие на большую сумму или планируется

организовать долгосрочные связи между поставщиком и потребителем. Конкурсные торги обычно выгодны как поставщику, так и потребителю. При этом поставщик получает точное представление об условиях работы с данным потребителем. В свою очередь, потребитель совмещает решение проблем получения необходимого товара и выбор наилучшего во всех отношениях поставщика.

**2. Письменные переговоры между поставщиком и потребителем.** В процессе таких переговоров потребитель получает официальное предложение на поставку определенных товаров от потенциального поставщика. Предложения могут быть организованы двумя способами.

**Первый способ** предполагает, что инициатива вступления в переговоры исходит от продавца товара. Продавец рассылает потенциальным покупателям своих товаров предложения (или оферты). Данные документы аналогичны предложениям, которые получают потребители от поставщиков при проведении конкурсных торгов. Однако в отличие от конкурсных торгов оферты в данном случае могут иметь различную форму и содержание.

**Второй способ** предполагает, что инициатива вступления в переговоры исходит, наоборот, от покупателя. Покупатель рассылает потенциальным поставщикам коммерческие письма или запросы, целью которых является получение предложения (оферты). В таком запросе указываются все необходимые реквизиты (наименование товара, требуемое качество, условия и сроки поставки, платежа и пр.), кроме цены, указывающейся в ответном предложении.

Оценка предложений, поступивших к потенциальному потребителю, проводится по заранее выбранным критериям. Имеются два основных критерия выбора поставщика: стоимость приобретения продукции или услуг и качество обслуживания. Помимо основных критериев выбора поставщика, используются и прочие критерии, число которых может быть достаточно велико: удаленность поставщика от потребителя; сроки исполнения текущих и экстренных заказов; наличие у поставщика резервных производственных мощностей; организация управления качеством у поставщика; психологический климат в трудовом коллективе предприятия- поставщика; риск возникновения забастовок у поставщика и т.д.» [2].

-----  
Хотя и выявление замечаний (недостатков) к тексту пункта 40 «Выбор поставщика» из учебной публикации [2] не является задачей настоящей статьи, поскольку, как уже было отмечено здесь выше, оно может быть предметом другого исследования. Однако и по этому поводу следует сказать, что текст данного пункта представляет собой множество («сборище») нелепиц о логистике и менеджменте в целом, которое может нанести некоторым образом ощутимый вред профессиональной подготовке студентов российских вузов.

Что касается рекомендаций о рациональности (ценности, полезности) тщательной исследовательской разработки и практического использования

касающихся «*выбора поставщика*» положений в процессах оптимального формирования и эффективного управления специфическим функционированием различных ЛСГП, то такие исследовательские разработки и их практическое использование представляются *целесообразными* для дальнейшего воплощения.

#### **«41. Правовые основы закупок»**

«В закупочной деятельности предприятия важны не только экономические параметры, но и юридические моменты, от которых в конечном счете зависят экономические показатели предприятия. В закупочной деятельности основной формой связи между поставщиком и покупателем является договор поставки товаров (контракт).

**Содержание контракта:** описание компетентности сторон (руководителей или уполномоченных агентов); описание законного предмета или цели контракта; предложения и его принятия; описание условий (вознаграждения). На основании контракта поставщик-продавец обязуется передать в обусловленный срок производимые или закупленные им товары покупателю для использования в своей хозяйственной деятельности или других целях, которые не связаны с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием.

**Механизм заключения договора-поставки.** Договор поставки заключается после того, как принято решение о выборе конкретного поставщика и определены взаимоприемлемые условия поставки требуемых товаров путем выполнения определенной процедуры. Договор поставки обычно составляется в письменной форме в виде документа, подписанного обеими сторонами. Такой договор считается заключенным и становится обязательным для сторон- участников с того момента, как только между его участниками достигнуто согласие по всем существенным условиям сделки. Эта дата фиксируется в тексте договора.

#### **Обязательные сведения в договоре:**

- 1) дата заключения договора;
- 2) полное наименование участников, заключивших договор;
- 3) объем и ассортимент продукции, подлежащей поставке;
- 4) сроки исполнения поставок;
- 5) порядок поставки товаров;
- 6) качество, комплектность, упаковка и маркировка товара;
- 7) цены и порядок проведения расчетов;
- 8) имущественная ответственность участвующих сторон.

**Существуют четыре типа гарантий:** подтвержденная гарантия (означает наличие обещаний, спецификаций, образцов и описаний, относящихся к продукции, которая выступает предметом договора); подразумеваемая гарантия пригодности (она имеет отношение к качеству товара и основана на принятых торговых стандартах качества); подразумеваемая гарантия соответствия товара конкретной цели (гарантирует покупателю то, что сырье и оборудование отвечают конкретной потребности или выполнению специфической цели); гарантия права собственности на товар (товар не находится в

залоге и, таким образом, не нарушает патентные или авторские права» [2].

-----  
Хотя и выявление замечаний (недостатков) к тексту пункта 41 «Правовые основы закупок» из учебной публикации [2] не является задачей настоящей статьи, поскольку, как уже было отмечено здесь выше, оно может быть предметом другого исследования. Однако и по этому поводу следует сказать, что текст данного пункта представляет собой множество («сборище») нелепиц о логистике и менеджменте в целом, которое может нанести ощутимый вред профессиональной подготовке студентов российских вузов.

Что касается рекомендаций о рациональности (ценности, полезности) тщательной исследовательской разработки и практического использования касающихся «правовых основ закупок» положений в процессах оптимального формирования и эффективного управления специфическим функционированием различных ЛСГП, то такие исследовательские разработки и их практическое использование представляются *целесообразными* для дальнейшего воплощения.

#### «42. Эффективность закупочной логистики»

«Как и любая сфера деятельности предприятия, закупочная деятельность должна быть эффективной. Эффективность необходима для того, чтобы достигать поставленных целей и задач закупок. Закупочная логистика оказывает прямое влияние на эффективность логистической системы предприятия, поэтому важно, чтобы логистика закупок была эффективной.

**Экономическая эффективность закупочной логистики** может быть достигнута только в результате поиска и закупки необходимых материальных ресурсов удовлетворительного качества и с минимальными ценами. В процессе изучения рынка закупок, проводимом специальными отделами фирм, необходимо систематически анализировать все факторы, оказывающие влияние на величину возмездных логистических расходов и сроки поставок.

**Эффективность закупочной логистики** напрямую зависит от эффективности материально-технического обеспечения. В свою очередь, эффективность материально-технического обеспечения представляет собой комплексную экономическую категорию, которая характеризует качество организованной на фирме закупочной системы и ее составляющих. Эффективность закупочной логистики на этапе материально-технического обеспечения описывается рядом взаимосвязанных показателей, которые выражают результаты деятельности всех подразделений закупочной системы предприятия по отношению к издержкам или ресурсам их производственного потенциала.

#### **Показатели, использующиеся для оценки эффективности материально-технического снабжения:**

1) обобщающие показатели эффективности использования ресурсов живого и овеществленного труда, связанных с обращением средств производства;

- 2) производительность труда;
- 3) фондоотдача;
- 4) материалоемкость;
- 5) скорость обращения товаров и всех оборотных средств;
- 6) показатели рентабельности.

Данные показатели необходимо рассматривать в динамике, на основании чего делается предположение о выявленных тенденциях. Далее следует определить характер тенденций и принять соответствующие меры.

Критерии оценки эффективности закупочной логистики: степень удовлетворения потребностей предприятия в продукции производственно-технического назначения; оборачиваемость запасов средств производства; эффективность материальных ресурсов. Важным показателем оценки эффективности закупочной логистики является чистая продукция материально-технического снабжения. Она является стоимостным показателем и не имеет натурально-вещественной формы. Данный показатель рассчитывается исключением из валовой продукции предприятия материальных затрат и может рассматриваться как добавочный на этапе подготовки материальных ресурсов к производственному процессу» [2].

-----  
Хотя и выявление замечаний (недостатков) к тексту пункта 42 «Эффективность закупочной логистики» из учебной публикации [2] не является задачей настоящей статьи, поскольку, как уже было отмечено здесь выше, оно может быть предметом другого исследования. Однако и по этому поводу следует сказать, что текст данного пункта представляет собой множество («сборище») нелепиц о логистике и менеджменте в целом, которое может нанести ощутимый вред профессиональной подготовке студентов российских вузов.

Что касается рекомендаций о рациональности (ценности, полезности) тщательной исследовательской разработки и практического использования касающихся «эффективности закупочной логистики» положений в процессах оптимального формирования и эффективного управления специфическим функционированием различных ЛСГП, то такие исследовательские разработки и их практическое использование представляются *целесообразными* для дальнейшего воплощения.

#### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:**

1. Леонтьев Р.Г., Архипова Ю.А. Логистика горного дела (интегрированные системы) : монография. – Владивосток : Издательство Дальневост. федерал. ун-та, 2021. – 200 с.
2. Шпаргалка по логистике. – М.: Издательство «Окей-книга», 2011. – 48 с.
3. Анисимов, В.П. Шпаргалка по логистике / В.П. Анисимов, М.В. Снежинская. М.: Издательство «Экзамен», 2009. – 48 с.
4. Иванов М.Ю., Иванова М.Б. Логистика: учебное пособие. – М.: РИОР, 2006. – 91 с.
5. Транспортно-складская логистика: учебное пособие / Под ред. В.А. Будишевского, Л.Н. Ширина. – Донецк: ДонНТУ, 2005. - 415 с.