

*Тронеv П.С.,  
магистрант 2 курса,  
кафедры менеджмента и бизнес-аналитики,  
Севастопольский государственный университет  
Россия, г. Севастополь*

## **РОЛЬ И МЕСТО ПРОЦЕССА ВЫБОРА ПОСТАВЩИКОВ В ЛОГИСТИКЕ ЗАКУПОК**

*Аннотация:* В статье рассмотрен процесс выбора поставщиков, осуществлен анализ рейтинговой оценки поставщиков на основании критериев. Работа с поставщиками является чрезвычайно важным аспектом закупочной деятельности как производственных предприятий, так и торговых компаний. Наиболее сложной задачей менеджера по закупкам является осуществление выбора поставщиков и дальнейшее построение отношений с ними на взаимовыгодных условиях.

*Ключевые слова:* поставщик, закупки, оценка, поставка ресурсов, логистика

## **THE ROLE AND PLACE OF THE PROCESS OF SELECTING SUPPLIERS IN LOGISTICS OF PURCHASES**

*Annotation:* The article describes the process of selecting suppliers, analyzes the ratings of suppliers on the basis of criteria. Working with customers is a crucial aspect of procurement. The best way to solve problems is mutually beneficial cooperation with suppliers.

*Keywords:* supplier, procurement, evaluation, supply of resources, logistics

Экономическая цель деятельности предприятия – получение максимальной прибыли. Функционирование и развитие любого современного предприятия практически невозможно без своевременного обеспечения необходимым количеством соответствующего качества ресурсов, которые в итоге будут преобразованы в конечный продукт (товар, услугу). Для достижения данной цели необходимо решить ряд задач логистики закупок:

- анализ потребности;
- выбор поставщика;
- подготовка и размещение заказов на закупку;
- анализ заказов;
- контроль выполнения и экспедирования заказов;
- электронный обмен данными;

Задача выбора поставщика решается в три этапа:

1. определение списка потенциальных поставщиков;
2. составление списка поставщиков, удовлетворяющим требованиям заказчика;
3. выбор поставщика, отвечающего критериям надежности для размещения заказа.

Выбор поставщика является одной из важных задач логистики закупок. Важность ее объясняется не только тем, что на современном рынке функционирует большое количество поставщиков схожих материальных ресурсов, а и, главным образом тем, что поставщик должен быть надежным партнером предприятия в реализации его логистической стратегии. Серьезное отношение к выбору поставщика способствует сокращению времени закупки, повышению качества поставок и процессов снабжения, и как результат приводит к сокращению общих затрат [5, с.157].

На первом этапе изучаются и анализируются различные источники информации:

- интернет-сайты;

- объявления в СМИ;
- фирменных каталоги;
- прайс-листы;
- торговые журналы;
- выставки и ярмарки (Экспо-центр, ВВЦ, отраслевые и фирменные);
- торги и аукционы;
- банки и финансовые институты официальных органов и т.д.

Проводятся собственные исследования, устанавливаются личные контакты с возможными поставщиками и их конкурентами. Используются услуги и информация специализированных информационно-исследовательских агентств и организаций, а также государственных ведомств и служб, обладающих открытой для ознакомления информацией. По результатам исследований формируется перечень потенциальных поставщиков, по которому проводится дальнейшая работа [4, с. 65].

На втором этапе анализируется составленный перечень потенциальных поставщиков по специальным критериям, которые позволяют сделать выбор приемлемых поставщиков. Количество таких критериев может составлять несколько десятков и не ограничивается ценой и качеством поставляемой продукции. В настоящее время применяется четыре основных метода выбора поставщика:

- метод доминирующих характеристик. Сущность метода состоит в сосредоточении на одном выбранном критерии: цена, срок поставки, минимальный или максимальный объем поставки и т.д. Это самый простой и малоэффективный подход.

- метод оценки затрат. При применении данного метода считаются полные затраты (включая затраты на: транспорт, грузопереработку, мониторинг и закупку), связанные с выполнением заказа. Метод является детальным и при этом самым трудоемким. Достаточно трудно правильно оценить все затраты на единицу груза и в силу трудности оценки составляющих затрат он применяется достаточно редко. Метод целесообразен в случае, когда планируется

осуществлять закупки в течении длительного времени и устанавливать с поставщиком долгосрочные отношения. Типовые условия необходимые для применения данного метода:

- а) наличие большого количества альтернативных поставщиков;
- б) разные географические положения;
- в) большой деловой разброс;
- г) прочие факторы, связанные с надежностью поставщика.

- метод категорий предпочтения. Используя данный метод необходимо собрать обширную и разнообразную информацию из множества источников, при этом каждый единичный фактор рассматривается наравне с остальными, в то время как для предприятия, возможно, какой-то из факторов является ключевым [2, с. 15].

- метод рейтинговых оценок. В основу данного метода положены оценки квалифицированных специалистов для параметров, характеризующих поставщиков. В качестве итогового параметра выбора поставщика здесь выступает рейтинг, определяемый из интегральной оценки поставщиков по ряду критериев [3, с. 103].

Данный метод позволяет осуществлять комплексную оценку поставщика, производя расстановку приоритетов среди большого количества критериев. Установление системы критериев первоначального отбора поставщиков в общем случае зависит от маркетинговой и логистической стратегий предприятия:

- надежность поставки;
- гарантии качества;
- цена;
- производственные мощности;
- условия платежа;
- местоположение (удаленность поставщика от потребителя);
- технический потенциал;
- финансовое состояние и кредитоспособность;
- возможность компромиссов;

-минимальный размер партии товара и возможность внеплановых поставок;

- оформление товара (упаковка);
- возможность получения скидки;
- наличие информационной системы связи и обработки заказов;
- качество сопутствующего сервиса;
- отношение к покупателю;
- имидж и роль в своей отрасли;
- деловой опыт и история взаимоотношений;
- трудовые отношения и психологический климат на предприятии;
- вспомогательная литература и инструкции;
- рекламная поддержка и т.д.

Из данного перечня определяются основные критерии выбора поставщика, далее экспертным путем производится их ранжирование, на основании чего рассчитываются весовые коэффициенты, определяющие значимость каждого критерия. Высчитывается значение рейтинга по каждому критерию путем произведения удельного веса критерия на его экспертную балльную оценку (например, по 10-балльной системе) для данного поставщика [1, с. 14].

Далее суммируют полученные значения рейтинга по всем критериям и получают итоговый  $R_i$  рейтинг для конкретного  $i$ -го поставщика по формуле:

$$R_i = R_{ij} * a_j$$

где  $i$ -индекс поставщика;  $j=1,2,\dots,J$ - индекс критерия;

$J$ - число критериев;

$R_{ij}$  – оценка  $j$ -го критерия по  $i$ -му поставщику, баллов;

$a_j$  – вес  $j$ -го критерия.

Сумма весовых коэффициентов равна единице. Для наглядности и удобства использования критерии сводятся в таблицы (см. табл. 1).

## Рейтинговая оценка поставщиков

Критерий выбора поставщика	Вес критерия	Оценка критерия по десятибалльной шкале по поставщикам			Произведение веса критерия на оценку по поставщикам		
		1	2	3	1	2	3
Надежность поставщика	0,30	7	5	8	2,1	1,5	2,4
Цена	0,25	6	2	3	1,5	0,5	0,75
Качество	0,15	8	6	8	1,2	0,9	1,2
Условия платежа	0,15	4	7	2	0,6	1,05	0,3
Возможность внеплановых поставок	0,10	7	7	2	0,7	0,7	0,2
Финансовое состояние поставщика	0,05	4	3	7	0,2	0,15	0,35
Итого	1	–	–	–	6,3	4,8	5,2
Рейтинг					1	3	2

Сравнивая полученные значения рейтинга для разных поставщиков, определяют наилучшего поставщика. При одинаковых рейтинговых оценках для двух и более поставщиков по основным критериям процедуру повторяют с использованием дополнительных критериев. Окончательный выбор поставщика производится лицом, принимающим решение в отделе логистики (закупок), и, как правило, не может быть полностью формализован.

Таким образом рейтинговые оценки являются одним из основных методов эффективного использования экономического и управленческого опыта, квалификации, творческого потенциала персонала предприятия и привлечения этого опыта в систему логистики.

## ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ

1. Басанский, М.В. Информационные системы управления закупками / М.В. Басанский // Экономикс. – 2013. – №2. – С. 13-18
2. Герасимов К.Б., Ермолина Л.В. Экономические аспекты выбора и оценки поставщиков / К.Б. Герасимов, Л.В. Ермолина // Вестник СамГУ. – 2014. – №8 (119). – С. 9-17
3. Дегтярева, Н.М., Яковлев Р. Методические подходы к выбору и оценке поставщиков предприятия / Н.М. Дегтярева, Р. Яковлев // Вестник ВУиТ. – 2015. – №1 (33). – С. 100-105
4. Кретьова, Н.Н., Третьякова, Н.С. Методика исследования системы управления закупками на предприятии / Н.Н. Кретьова, Н.С. Третьякова // ЭКОНОМИНФО. – 2011. – №16. – С. 63-67.
5. Шрайбфедер Дж. Эффективное управление запасами / Джон Шрайбфедер, пер. с англ. – 2-е изд. – М: Альпина Бизнес Букс, 2016. – 304 с.