

КОМПЛЕКСНАЯ МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ПОСТАВЩИКОВ В ЗАКУПОЧНОЙ ЛОГИСТИКЕ

*Царегородцева С.Р., кандидат технических наук, доцент,
Савин Г.В., кандидат экономических наук, доцент,
Топоркова Е.В., кандидат экономических наук, доцент,
Уральский государственный экономический университет*

Аннотация: в современных рыночных условиях существует множество проблем, связанных с закупочной логистикой. Обеспечение предприятия товарами, своевременная их закупка в необходимом количестве, качестве и ассортименте влияет на деятельность предприятия, а в конечном итоге, происходит удовлетворение потребностей потребителей. От того, на сколько будут удовлетворены эти потребности зависит прибыль – главная цель любой торговой компании.

Актуальность выбранной темы исследования определяется тем, что организация закупочной логистики, рыночное управление материальными (товарными) потоками в настоящее время является одним из наиболее важных этапов в деятельности коммерческого предприятия. От управления закупками, грамотного разрешения проблем, связанных с ним, зависит удовлетворение потребностей потребителей, а для предприятия – прибыль, рыночная доля, конкурентоспособность.

В статье подчеркивается важность правильного выбора поставщика, как важнейшего элемента закупочной логистики на предприятии. Приведены основные распространенные методы выбора поставщиков: метод рейтинговых оценок, затрат, доминирующих характеристик, предпочтений и аудит системы качества. Они имеют плюсы минусы использования для предприятия.

Разработанная авторская методика оценки поставщиков, предлагающая комплексную оценку, включающую экономическую, социальную эффективность поставщика и качество его обслуживания позволяет расширить представления о методах выбора поставщика и имеет практическую направленность.

Ключевые слова: доминирующие характеристики, затраты, закупочная логистика, категории предпочтений, поставщики, рейтинговые оценки, ресурсы

Закупочная логистика – важнейшая составляющая логистической системы деятельности любого предприятия. Для того, что осуществить главную цель организации – получение максимальной прибыли, необходимо грамотно изучить рынок, проанализировать потребности потребителей в товарах и услугах и правильно осуществить управление закупками и запасами предприятия [4, с. 109].

При этом поиск поставщика является одним из главных элементов закупочной деятельности. Выбор поставщиков – ответственная работа, от которой зависит ритмичность производства, рентабельность предприятия [3, с. 24].

Главным условием долгосрочной работы с поставщиком является его надежность. При этом развитие поставщика может превратить его в стратегического поставщика и партнера.

Недобросовестный поставщик – это финансовые потери организации, и важно на этапе оценки выявить его надежность до заключения договора. В целях ее проверки происходит сбор информации из следующих источников; СПАРК; банки и финансовые институты; конкуренты потенциального поставщика.

Чтобы выбрать при рыночных условиях того контрагента, который предложит наилучшие выгодные коммерческие условия, на сегодняшний

день существует множество методов анализа поставщиков.

Наиболее распространенным является метод рейтинговых оценок поставщиков, который можно отнести к экспертным методам оценки при установке соответствующих коэффициентов важности.

Другим распространенным методом оценки поставщиков является метод затрат, который учитывает все логистические издержки и риски. Выбор поставщика происходит по критерию минимизации затрат. Метод позволяет определять «стоимость» выбора поставщика, но имеет также недостаток – сбор и анализ огромного объема информации по каждому поставщику [4, с. 12].

Метод доминирующих характеристик как альтернатива перечисленным выше концентрируется на одном важном параметре (цена, качество, ритмичность поставок и прочее). Главным плюсом этого метода – простота расчета, а недостаток – игнорирование других параметров [1, с. 34].

Важным методом оценки поставщиков является метод предпочтений, который зависит от способа сбора обширной и разнородной информации, которая поступает от всех подразделений предприятия [5, с. 12].

Другим методом оценки поставщиков является аудит системы менеджмента качества (СМК), ко-

торый призван контролировать процедуры с целью повышения качества. Применение только этого метода недостаточно для получения целостного представления о деятельности поставщика, поэтому он использует при оценке в комплексе с другими методами.

Методика оценки поставщиков, отражающей их ресурсы, является также распространённой методикой в современном мире. Данный способ оценки в комплексе с другими применяют множество компаний, которые реализуют товары под собственной торговой маркой. Для компаний важно, чтобы товар, который будет «лицом» компании, который будет ассоциироваться у потребителей с компанией, производил поставщик, имеющий хороший ресурсный потенциал.

Анализ деятельности поставщиков в соответствии с представленными направлениями дает достаточно полную картину и позволяет принять по его результатам решение о выборе.

Авторская методика оценки поставщиков в закупочной логистике. Оценку поставщиков в современных рыночных условиях необходимо оценивать комплексно для того, чтобы своевременно выявить влияние всевозможных факторов, которые могут оказать воздействие на закупочную логистику в целом [2, с. 172]. Так, например, большинство российских компаний основываются на нескольких, казалось бы, самых главных критериях при выборе поставщика (качество, цена, способ доставки, отсрочке платежа), и не учитывают во

внимание другие критерии. Вследствие этого они несут значительные затраты на хранение или осуществление дополнительных логистических операций с товаром на складе из-за непринятия во внимание, например, минимального кванта отгрузки или скорости выполнения заказа поставщиком.

В предлагаемой методике представлена комплексная оценка, которая складывается из экономической, социальной эффективности поставщика и качества его обслуживания.

Важнейшими критериями экономической эффективности поставщика являются:

– отсрочка платежа;

– отклонение закупочной цены с учетом доставки от самой низкой предложенной цены среди всех поставщиков;

– результативность деятельности поставщика (прирост товарооборота за последний год).

К социальной эффективности поставщика относятся:

– качество продукции;

– качество сервиса;

– качество обслуживания.

На основе этого предложены совокупность аналитических показателей и методика их преобразования в синтетические показатели, позволяющие выявить причинно-следственные связи и степень влияния на эффективность деятельности поставщика, которые сформированы в табл. 1.

Таблица 1

Авторская методика оценки поставщиков в закупочной логистике

Блок	Показатель эффективности	Расчет
Экономическая эффективность поставщика		
1. Отсрочка платежа (ОП)	Коэффициент продолжительности отсрочки в днях (ОПп): 0-5 дней = 0,1; 6-14 дней = 0,2; 15-21 дней = 0,3; 22-40 дней = 0,4; 41 и более = 0,5	$ОП = 1 + ОПп$
2. Отклонение цены закупки с учетом затрат на доставку от самой низкой предложенной цены (ОЦЗ)	Коэффициент отклонения (О): 0-1% = 0,5; 1-3% = 0,4; 3-5% = 0,3; 5-7% = 0,2; 7% и более = 0,1.	$ОЦЗ = 1 + О$
3. Результативность деятельности поставщика (РД)	4. Прирост товарооборота за последний год (ПТ): 0-5% = 0,1; 5-7% = 0,15; 7-10% = 0,2; 10% и более = 0,25	$РД = 0,9 + ПТ$
Комплексный коэффициент экономической эффективности (КЭФ)	$КЭФ = 1 * ОП + 0,95 * ЗНиС + 1,05 * ОЦЗ + 0,85 * РД$	

Продолжение таблицы 1

Социальная эффективность		
1. Качество продукции (КП)	<p>1.1 Коэффициент удовлетворенности качеством продукции (УКП): отсутствие отрицательной обратной связи от покупателей/по результатам дегустаций/аудиту СМК = 0,2; доля отрицательной обратной связи незначительная = 0,1; доля отрицательной обратной связи значительная = 0;</p> <p>1.2 Коэффициент удовлетворенности качеством продукции (УКП): отсутствие отрицательной обратной связи от покупателей/по результатам дегустаций/аудиту СМК = 0,2; доля отрицательной обратной связи незначительная = 0,1; доля отрицательной обратной связи значительная = 0;</p> <p>1.3 Коэффициент удовлетворенности широтой ассортимента продукции (УША): удовлетворенность широтой ассортимента = 0,1; частичная удовлетворенность широтой ассортимента = 0,05; неудовлетворенность широтой ассортимента = 0.</p> <p>1.4 Коэффициент удовлетворенности обновляемостью ассортимента продукции (УОА): удовлетворенность обновляемостью ассортиментом = 0,1; неудовлетворенность = 0.</p>	$КП = (1,05+УКП) * (1+УША) * (0,95+УОА)$
Социальная эффективность		
2. Качество сервиса (КС)	<p>2.1 Коэффициент удовлетворенности доставкой товаров (УД): бесплатная доставка силами поставщика до склада покупателя = 0,3; бесплатная доставка поставщиком до транспортной компании покупателя = 0,2; самовывоз покупателем со склада поставщика = 0,1.</p> <p>2.2 Коэффициент удовлетворенности номенклатурой услуг (УНУ): полностью удовлетворен = 0,2; частично удовлетворен = 0,1; полностью не удовлетворен = 0.</p> <p>2.3 Коэффициент удовлетворенности временем обслуживания (УВО): поставки точно в срок по графику (сдвиги по запросу менеджера) = 0,5; поставки точно в срок строго по графику = 0,4; регулярные поставки по графику поставщика = 0,3; поставки по договоренности с поставщиком, присутствуют сдвиги по вине поставщика = 0,2; регулярные срывы поставок = 0,1.</p> <p>2.4 Коэффициент удовлетворенности квантом отгрузки (УКО): минимальный квант отгрузки полностью удовлетворяет (затраты на хранение приводят к удорожанию продукции на 0-1,5%) = 0,2; частично удовлетворяет (затраты на хранение приводят к удорожанию продукции на 1,5-2%) = 0,1; не удовлетворяет (затраты на хранение приводят к удорожанию продукции более, чем на 2%) = 0.</p> <p>2.5 Коэффициент затрат на совершение дополнительных логистических операции на складе покупателя (КДЛО): логистические операции приводят к удорожанию продукции на 0-1% = 0,2; логистические операции приводят к удорожанию продукции на 1-2% = 0,1; логистические операции приводят к удорожанию продукции более, чем на 2% = 0.</p>	$КС = (1+УД) * (0,95+УНУ) * (1,05+УВО) * (1+УКО) * (1+КДЛО)$

Продолжение таблицы 1

3 Качество обслуживания (КО)	3.1 Коэффициент удовлетворенности работой персонального менеджера (скорость реагирования на запросы и предоставление обратной связи) (УРПМ): полностью удовлетворен = 0,1; частично удовлетворен = 0,05; полностью не удовлетворен = 0. 3.2 Наличие дополнительных опций для упрощения работы (личный кабинет клиента – онлайн для отслеживания товара в пути, отслеживание поставки его в производство и т.д., EDO)(НДО): дополнительные опции имеются = 0,05; дополнительные опции не имеются = 0.	КО = (1+УРМП)* (0,95+НДО)
Комплексный коэффициент социальной эффективности (КСЭ)	$КСЭ = (1 * КП) + (1 * КС) + (0,95 * КО)$	
Комплексный коэффициент оценки поставщика	Коп = КЭЭ + КСЭ	

Данная комплексная оценка позволяет выявить поставщиков, которые могут стать основным поставщиком-партнером, альтернативным (страховым) или остаться потенциальным.

Основной поставщик – партнер по результатам оценки имеет максимальный коэффициент, альтернативный (страховой) – средний коэффициент, потенциальный – самый низкий.

Таким образом, можно сделать вывод, что существует множество методик оценки поставщиков в закупочной логистике. Некоторые из них для проведения корректной оценки требуют сбора большого объема информации о поставщиках, что не всегда бывает возможным. Каждая в отдельности имеет свои преимущества и недостатки. Именно поэтому необходимо проводить оценку

несколькими методами в комплексе, т.е. добиться эффекта синергии.

При этом создание оптимальных товарных запасов, повышения товарооборачиваемости, получения прибыли и удовлетворения спроса населения также необходимо учитывать в закупочной логистике [6, с. 11].

В итоге можно отметить, что предлагаемая методика оценки поставщиков является комплексной, позволяет взять во внимание и оценить множество факторов, что позволит предприятию более взвешенно подойти к выбору будущего партнера – поставщика и заключив с ним договор, более эффективно вести закупочную деятельность на предприятии.

Литература

1. Алесинская Т.В. Основы логистики. Функциональные области логистического управления. Таганрог: ТИИ ЮФУ, 2015. 116 с.
2. Боровинский Д.В. Организация закупочной деятельности в коммерческом предприятии. Синергетический эффект интеграции (современные методики расчетов). Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2016. 172 с.
3. Евстигнеева О.А. Выбор поставщика как один из методов оптимизации логистических затрат // Молодой ученый. 2018. №28. С. 23 – 26.
4. Савин Г.В., Бугачев С.В. Управление запасами в закупочной логистике // Современные теории и практики управления экономическими процессами: Дни науки УрГИ: Материалы научно-практической конференции. 2016. С. 109 – 113.
5. Сергеев В.И. Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов / Под общ. и научн. ред. проф. М.: ИНФРА-М, 2015. 976 с.
6. Царегородцева С.Р., Савин Г.В. Влияние системы автозаказов на уровень потерь торгового предприятия // Baikal Research Journal. 2018. Т. 9. №4. С. 10.

References

1. Alesinskaya T.V. Osnovy logistiki. Funkcional'nye oblasti logisticheskogo upravleniya. Taganrog: TII YUFU, 2015. 116 s.
2. Borovinskij D.V. Organizaciya zakupochnoj deyatel'nosti v kommercheskom predpriyatii. Sinergeticheskij effekt integracii (sovremennye metodiki raschetov). Krasnoyarsk: Sib. feder. un-t, 2016. 172 s.

3. Evstigneeva O.A. *Vybor postavshchika kak odin iz metodov optimizacii logisticheskikh zatrat* // *Molodoy uchenyj*. 2018. №28. S. 23 – 26.

4. Savin G.V., Bugachev S.V. *Upravlenie zapasami v zakupochnoj logistike* // *Sovremennye teorii i praktiki upravleniya ekonomicheskimi processami: Dni nauki UrGI: Materialy nauchno-prakticheskoy konferencii*. 2016. S. 109 – 113.

5. Sergeev V.I. *Korporativnaya logistika. 300 otvetov na voprosy professionalov / Pod obshch. i nauchn. red. prof. M.: INFRA-M, 2015. 976 s.*

6. Caregorodceva S.R., Savin G.V. *Vliyanie sistemy avtozakazov na uroven' poter' trgovogo predpriyatiya* // *Baikal Research Journal*. 2018. T. 9. №4. S. 10.

INTEGRATED SUPPLIER ASSESSMENT METHODOLOGY IN PROCUREMENT LOGISTICS

*Tsaregorodtseva S.R., Candidate of Engineering Sciences (Ph.D.), Associate Professor,
Savin G.V., Candidate of Economic Sciences (Ph.D.), Associate Professor,
Toporkova E.V., Candidate of Economic Sciences (Ph.D.), Associate Professor,
Ural State University of Economics*

Abstract: in today 's market environment, there are many problems with procurement logistics. Providing the enterprise with goods, timely purchase of them in the necessary quantity, quality and assortment affects the activity of the enterprise, and eventually, the needs of consumers are met. How much these needs will be met depends on profit – the main goal of any trading company.

The relevance of the selected topic of the study is determined by the fact that the organization of procurement logistics, market management of material (commodity) flows is currently one of the most important stages in the activity of the commercial enterprise. The management of procurement, the competent resolution of problems related to it, depends on the satisfaction of the needs of consumers, and for the enterprise - profit, market share, competitiveness.

The article emphasizes the importance of correct selection of the supplier as the most important element of procurement logistics in the enterprise. The main common methods of supplier selection are the method of rating ratings, costs, dominant characteristics, preferences and quality system audit. They have the advantages of using them for the enterprise.

The developed author's methodology of supplier evaluation, which offers a comprehensive assessment, including the economic, social efficiency of the supplier and the quality of its service, allows to expand the understanding of supplier selection methods and is practical.

Keywords: dominant characteristics, costs, purchasing logistics, preference categories, suppliers, ratings, resources