

УДК 658.7

ОСНОВНЫЕ КРИТЕРИИ ВЫБОРА ПОСТАВЩИКА ПРИ
ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ЗАКУПОК РЕСУРСОВ
THE MAIN CRITERIA FOR CHOOSING A SUPPLIER WHEN
PURCHASING RESOURCES

Петросян Л.С., Хотулева Ю.И.

Научный руководитель –Хартовский В.Е., заведующий кафедрой
логистики и методов управления, к.ф.м.н., доцент,
Гродненский государственный университет имени Янки купалы,
г. Гродно, Беларусь

Petrosyan L.S., Khotuleva J.I.

Scientific supervisor – V.E. Hartovsky, Head of the Department of
Logistics and Management Methods, С.Р.М.С., Associate Professor,
Grodno State University named after Yanka Kupala,
Grodno, Belarus
e-mail: 2julia0@mail.com

Аннотация. В статье описываются критерии выбора поставщика для увеличения успеха деятельности предприятия и получения прибыли.
Annotation. The article describes the criteria for choosing a supplier to increase the success of the enterprise and profit.

Ключевые слова: закупочная логистика, выбор поставщика, источники закупки.

Key words: procurement logistics, supplier selection, procurement sources.

Введение.

В современном мире без логистики не обходится ни одно предприятие. Сейчас спектр предоставляемых услуг, а также квалифицированных специалистов в отрасли логистики весьма велик и разнообразен. Благодаря этой отрасли процесс перевозки грузов получается оптимизировать и совершенствовать всё больше и больше.

Деятельность любой организации, вне зависимости от формы собственности и организационно-правовой формы, зависит от наличия сырья, материалов, товаров и услуг. В связи с этим уместно использовать закупочную логистику.

Основная часть.

Закупочная логистика - это функциональная деятельность, в процессе которой рассматривается:

- установка и развитие источника снабжения
- подготовка котировки
- установка цены и условия
- размещение заказов на закупку
- обеспечение соответствующей доставки

Данная сфера выявляет:

1) что закупить, сколько, у кого и какие условия для этого будут приемлемы;

2) как реализовать принцип системности, то есть синхронизировать закупки с производством и сбытом, а деятельность производственных организаций и торговых организаций - с поставщиками[1].

Когда дело доходит до выбора поставщиков, отделы закупок полагаются на ряд качественных, количественных, субъективных и объективных критериев.

От выбора поставщика будет зависеть успех деятельности предприятия и уровень его прибыли.

Значимость выбора поставщика объясняется не только функционированием на нынешнем рынке огромного обилия поставщиков одинаковых материальных ресурсов, но и тем, что он должен быть прежде всего надежным партнером товаропроизводителя в реализации его стратегии организации производства[1].

При выборе поставщика можно выделить два направления:

- Выбирать поставщика из числа тех компаний, которые уже сотрудничали с компанией (или сотрудничают в данный момент времени) и с которыми уже налажены деловые отношения. Это упростит выбор, так как отдел закупок фирмы владеет точными данными о функционировании данных компаний и их возможностях.

- Выбор нового поставщика по итогам изучения и анализа интересующего рынка: рынка, с которым фирма уже сотрудничает, или совершенно нового рынка. С целью контроля потенциального поставщика зачастую требуются крупные затраты времени и ресурсов, по этой причине ее необходимо реализовывать только в отношении тех поставщиков, которые обладают серьезным шансом получить большой заказ. От потенциального поставщика,

создающего конкуренцию существующим, ожидается наибольшая результативность[3].

Обнаружение, а также изучение источников закупки и поставки не является единовременным событием, а должно проводиться регулярно, основываясь на различных источниках информации.

К таким источникам можно отнести:

- интернет;
- торговые представительства;
- торговые директории (регистры);
- каталоги дистрибуторов;
- торговые журналы.

Критерии оценки и отбора поставщиков ресурсов зависят от требований, которые необходимы потребителям логистической системы и могут различаться между собой (обычно три-четыре, но может быть и значительно больше) [4].

Строить систему выбора поставщиков рекомендуется на основании главных критериев:

1. Качество продукции. Принадлежит к возможности поставщика обеспечить услуги и товары согласно спецификациям, условиям потребителя (вне зависимости от того, соответствует ли она спецификации) [4].

2. Качество обслуживания. Анализ согласно данному аспекту запрашивает сбор информации у достаточно обширного круга лиц из разных подразделений компании и сторонних источников. Следует придерживаться мнения о качестве технической помощи, отношении поставщика к скорости реакции на изменяющиеся требования и условия поставок, к просьбам о технической помощи, квалификации обслуживающего персонала и т. д.

3. Условия платежа и возможность внеплановых поставок. При нехватке оборотных средств выбор поставщиков значительно сокращается. На предприятиях могут произойти внештатные ситуации, которые могут требовать внеплановых поставок или отсрочки платежа[2]. Поэтому поставщики, которые предлагают выгодные условия платежа и гарантирующие возможность получения поставок вне плана, позволяют избегать многих проблем снабжения.

4. Цена. В цене должны учитываться все затраты на закупку конкретного ресурса или готовой продукции, которые включают транспортировку, административные расходы, риск изменения курсов валют, таможенные пошлины и т.д.

5. Надежность поставщика. Этот критерий включает следующие параметры: честность, отзывчивость, заинтересованность в ведении бизнеса с вашей фирмой, стабильность в сфере финансов, репутация, соблюдение ранее установленных объемов поставки готовой продукции.

Данным критериям может соответствовать несколько поставщиков. Если такое случилось, то следует их ранжировать, делая опору на влияние контактов с представителями поставщиков.

Заключение.

Итоговый выбор поставщика выполняется лицом, которое принимает решение в отделе логистики (закупок), и, как правило, не может быть полностью формализован[5].

С целью повышения объективности оценки возможного поставщика предприятия могут обратиться к специализированным агентствам, одной из функций которых является подготовка информации о поставщиках. Такой рода данными, в частности, может быть оценка финансового положения поставщика по таким показателям, как ликвидность, чистая прибыль, оборачиваемость и др.

Литература

1. Миротин Л.Б., Ташбаев Ы.Э. логистика для предпринимателя: основные понятия, положения и процедуры; Учебное пособие. — М.: ИНФРА-М, 2011.
2. Гончарук В.А. Маркетинговое консультирование: Предмет оптимизации: Закупка. 357 с.
3. Лайсонс К., Джиллингем М. Управление закупочной деятельностью и цепями поставок: Пер. с 6-го англ. Изд. — М.: ИНФРА-М, 2012.
4. М. Линдерс, Ф. Джонсон, А. Флинн, Г. Фирон. Управление закупками и поставками, пер. с англ. Под ред. Ю.А. Щербанина. — 13-е изд. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014.
5. Николайчук В. Е. Логистика: Учеб. пособие. — СПб.: Питер, 2011. — 160 с.

Представлено 04.11.2023