

УДК 339.186:65.018

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КАЧЕСТВА ЗАКУПОК НА ОСНОВАНИИ МОДЕЛИ ПАРТНЁРСТВА

Барт Т.В., Кадацкая Д.В.*ЧОУ ВО «Московский университет им. С.Ю. Витте», Москва, e-mail: Tbart@mail.ru*

В статье рассматриваются актуальность разработки модели партнёрства «поставщик – заказчик» для обеспечения качества и оптимизации стоимости закупок. Раскрываются цель, задачи нового типа партнёрских взаимоотношений закупочной системы. Доказывается, что элементы предлагаемой модели должны быть в основе концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации, реализуемой Министерством экономического развития РФ, профессиональными сообществами и экспертами. Большое внимание уделяется применению методов оценки риска поставщика и заказчика. В результате анализа закупочной деятельности в модели предлагаются системы показателей и критерии оценки качества поставщика. В данной работе новыми являются следующие положения: развитие модели партнёрства «поставщик – заказчик» осуществляется на основании постоянного статистического контроля и анализа данных в закупочной деятельности. Аналитический подход предполагает осуществление выбора посредника с использованием формул, которые включают ряд параметров, характеризующих поставщиков.

Ключевые слова: модель партнёрства, качество закупок, верификация, валидация, статистические методы контроля и анализа, риск поставщика, риск потребителя, Make-or-Buy Problem, Third Partly Logistics

QUALITY ASSURANCE PROCUREMENT ON THE BASIS OF THE PARTNERSHIP MODEL

Bart T.V., Kadatskaya D.V.*Moscow University of S.U. Witte, Moscow, e-mail: Tbart@mail.ru*

In the article the urgency of development of partnership models of «supplier-customer» to ensure the quality and optimization of procurement cost. Reveals the purpose, objectives of a new type of partnership procurement system. It is proved that the elements of the proposed model should be the concept of long-term socio-economic development of the Russian Federation, implemented by the Ministry of economic development of Russia, professional associations and experts. Great attention is given to application of methods of risk assessment of the supplier and the customer. The analysis of procurement activities in the model proposed system of indicators and criteria for assessing supplier quality. In this new work are: the development of partnership models of «supplier-customer» is carried out on the basis of a permanent statistical monitoring and data analysis in procurement. The analytical approach involves selecting intermediary using formulas that include a number of parameters characterizing the suppliers.

Keywords: model of partnership, quality, procurement, verification, validation, statistical methods of control and analysis, the producer's risk, consumer's risk, Make-or-Buy Problem, Third Partly Logistics

В настоящий момент создание конкурентоспособной продукции невозможно без разветвленной системы взаимодействия с поставщиками. Растёт число сборочных производств по изготовлению массового продукта, территориально расположенных в разных частях света. Увеличивается трудоёмкость изготовления наукоемкой продукции на предприятиях поставщиков. Номенклатура материалов, заготовок и комплектующих может насчитывать сотни наименований и позиций. В связи с этим актуальным является разработка правильного подхода к обеспечению качества и стоимости закупок.

Следует отметить, что в современных условиях является неэффективным применение сплошного контроля закупаемых материалов и комплектующих. Дорогостоящей операцией, при больших объемах производства, становится входной контроль каждого продукта или детали. Вероятность

ошибок и погрешностей процесса самого контроля, даже при сплошной проверке всех комплектующих, не обеспечивает 100% качество. Научеёмкие изделия часто можно проверить только путём испытаний или разрушений, что тоже приводит к снижению объёмов входного контроля. В крупных организациях проявляется тенденция перехода от концепции сплошного контроля к применению статических методов в системе долгосрочных взаимоотношений поставщика и потребителя.

Целью данной статьи является формулировка принципов развития системы закупок материалов, сырья, комплектующих и разработка модели партнёрства «поставщик – заказчик» на основе теоретического обзора литературы, системного анализа, практического исследования оценки индекса качества поставщика путём применения статистических методов контроля и регулирования несоответствий.

В условиях динамично развивающейся рыночной среды требуется реализация новых типов партнёрских взаимоотношений поставщика и заказчика. Это подтверждается данными исследований известных экспертов и учёных в области логистики (Б.А. Аникин, Е.А. Бузукова, А.М. Гаджинский, М.Н. Григорьев, Ю.А. Зак, А.А. Канке, Л.А. Карабан). Недостатком предлагаемых концепций является неполнота обоснования статистических инструментов регулирования качества логистических процессов.

Материалы и методы исследования

Практика экспертной деятельности в области качества показывает, что на выбор поставщика влияют не только уровни технологии, культура производства, показатели качества, но и в значительной степени логистические аспекты: периодичность поставок, возможности складирования, виды упаковки, методы защиты грузов, оптимальность маршрутов и т.д. Экономический подход к процессу выбора поставщика и статистический анализ логистических аспектов должен лежать в основе поиска возможностей сокращения производственного цикла.

Логическую основу предлагаемой в исследовании концепции развития модели партнёрства «поставщик – заказчик» составляют системы понятий, образующих модель предметной области исследования.

Элементы предлагаемой модели партнёрства «поставщик – заказчик» следующие:

а) цель развития модели партнёрства «поставщик – заказчик»;

б) задачи развития модели партнёрства «поставщик – заказчик»;

в) основные принципы модели партнёрства «поставщик – заказчик» как исходные положения построения и функционирования системы закупок.

Структурные элементы модели партнёрства «поставщик – заказчик» представляют собой единый механизм логистической деятельности и управления качеством, реализующий проблему сокращения потерь, что позволяет организовать функционирование структурных элементов, как основных звеньев системы закупок материалов, сырья, полуфабрикатов и комплектующих изделий.

Каждый из структурных элементов модели партнёрства «поставщик – заказчик» обладает обособленным значением и содержанием, выполняя функции реализации основных задач логистической деятельности и управления качеством.

Результаты исследования и их обсуждение

В статье обосновываются и формулируются общие положения модели партнерства в виде нижеследующих тезисов.

1. Цель модели партнёрства «поставщик – заказчик» в установлении единого теоретико-методологического подхода к системе закупочной деятельности как приоритетной области для выработки рекомендаций по совершенствованию её развития. В основу концепции долгосрочного соци-

ально-экономического развития Российской Федерации необходимо внедрить модель партнёрства «поставщик – заказчик», реализуемую Министерством экономического развития РФ, профессиональными сообществами и экспертами.

2. Задачи развития модели партнёрства «поставщик – заказчик» в рамках предлагаемой авторами концепции:

а) выявление факторов, влияющих на развитие показателей качества закупочной деятельности, в том числе отраслевые и инфраструктурные изменения, активное развитие информационных средств и виртуального пространства, глобализационные тенденции;

б) разработка рекомендаций по оптимизации логистической деятельности на основе использования оценки риска поставщика и заказчика, методики управления потоками заказов и т.д.;

в) организация планов входного контроля на основе статистических методов регулирования процесса закупки, поиска несоответствий и дефектов, применение комплекса мер по валидации и верификации;

г) обучение и обмен опытом экспертов, обеспечивающих постоянный мониторинг взаимодействия между поставщиками и заказчиками, регулирование конфликтных ситуаций и поиск новых форм коммуникационного обслуживания системы;

д) развитие институционально-правовых аспектов, в том числе нормативных актов, регламентирующих партнёрские отношения поставщика и заказчика, ответственность за невыполнение взятых обязательств.

3. Принципы партнёрства, которые, по мнению многих специалистов [2], необходимо учитывать при разработке и внедрении модели «поставщик – заказчик» и которых нужно придерживаться, как общих правил и положений.

В статье сформулированы принципы партнёрства, влияющие на автоматизацию процесса по сокращению потерь и повышению качества закупочной деятельности.

Принцип доступности и простоты обмена информацией формирует постоянную коммуникационную связь на всех уровнях, как со стороны поставщика и заказчика, так и профессионального сообщества.

Принцип единства данных позволяет анализировать технические условия, показатели качества, способы контроля в привычных для заказчика и поставщика обозначениях.

Принцип согласования контрольно-измерительных характеристик с целью постоянного мониторинга результатов измерений поставщика и заказчика.

Принцип открытости для обеспечения уверенности заказчика и поставщика, что все условия договора выполняются и соответствуют требованиям документации.

Принцип обмена инновациями для организации работы по непрерывному совершенствованию технологий, качества, логистики.

Принцип важности статистического анализа данных для сокращения риска и потенциальных потерь, как у поставщика, так и у потребителя.

Принцип взаимной конкуренции на основании непрерывно растущих требований заказчика к качеству продукции и возможностей логистического обеспечения у поставщика.

На основании вышеприведенных принципов в статье рассматривается модель партнёрства «поставщик – заказчик», как подсистема управления качеством организации, которая приводит логистические процессы в соответствие с показателями качества закупки, установленными в результате постоянного мониторинга и статистического анализа данных. Регулирование осуществляется как со стороны заказчика и поставщика, так и профессионального сообщества, причем большое внимание уделяется многофакторным методам оценки.

Процесс внедрения модели партнёрства предполагает создание, корректировку и поддержание эффективной многокритериальной оценки поставщика, которая обеспечивает не только осуществление контроля, но и создает условия для постоянного повышения качества закупок.

Первый этап данного процесса – построение системы балльной оценки поставщика, которая реализуется в соответствии с едиными корпоративными стандартами качества. Определение интегральной оценки (в баллах) поставщика проводится с учетом всех характеристик и показателей на основе веса их значимости. В основе данной методики проводится оценка поставщиков в зависимости от числа фактически полученных баллов, которые определяют их по критериям: отличные, надежные, ненадежные и неудовлетворительные [3]. Например, качества поставляемой продукции возможно охарактеризовать следующими показателями: качество продукции в состоянии поставки, при переработке, доля отказов в гарантийный период эксплуатации, стабильность входного уровня качества, нормативный уровень несоответствия продукции.

Статистический анализ качества закупаемой продукции и оценки деятельности поставщиков путем построения диаграмм

Парето, по следующим параметрам: доли поставок, показатели несоответствия качества поставляемой продукции, категории несоответствия [5].

Анализ данных диаграмм позволит выявить поставщиков с наиболее высоким уровнем несоответствия поставляемой продукции и принять решение о целесообразности заключения с ними договорных отношений по поставкам или об отказе от их услуг.

На следующем этапе определяется объем выборки и критерии оценки с определением риска поставщика и заказчика [3].

Под **риском поставщика** понимается вероятность ошибки, которая возникает в результате колебаний выборочной оценки годной партии изделий, может быть признана не соответствующей определенным техническим требованиям. Принято считать значение риска поставщика (α) не более 5% по планам выборочного контроля. На практике данное значение составляет $\alpha = 0,05$.

Риск заказчика представляет собой вероятность ошибки, при которой негодную партию изделий в результате колебаний выборочной оценки можно ошибочно признать годной. Значение риска заказчика принято считать $\beta = 0,10$, т.е. меньше значения риска поставщика по сравнению с риском заказчика в 2 раза, что обусловлено возможностью экономических потерь, возникающих в процессе приемочного контроля таких ситуаций. При установленных величинах рисков вероятные издержки поставщика и заказчика примерно одинаковы.

Конечной целью внедрение модели партнёрства «поставщик – заказчик» является сокращение потерь, увеличение скорости обслуживания и повышение качества продукта [1]. Сопутствующие результаты – совершенствование управления потоком заказов клиентов, повышение эффективности логистики в целом.

На основе комплексного анализа модели партнёрства «поставщик – заказчик», реализованного в сфере выбранной концепции, можно сделать вывод о повышении эффективности планирования с учетом энергетического подхода, который предусматривает мобилизацию всех имеющихся у организации ресурсов.

Основным этапом при осуществлении закупочной деятельности предприятия является выбор поставщика, на котором реализуется задача «сделать или купить», принимается решение в пользу закупок товаров в случае отсутствия собственных производственных мощностей либо необходимых ресурсов [4].

Классификация PL-посредников по функциональным особенностям

Наименование посредника	Функциональные особенности
Первый уровень посредников (1PL)	Грузовладельцы, которые выполняют самостоятельно все операции по забору и доставке груза
Второй уровень посредников (2PL)	Подрядные компании, оказывающие услуги по транспортировке товаров только на определенном участке транспортной цепи
Третий уровень посредников (3PL)	Специализированные компании (экспедиторские компании, курьерские и др. компании, предлагающие подрядные услуги логистики и грузоперевозок), которые оказывают услуги аутсорсинга большинства логистических операций
Четвертый уровень посредников (4PL)	Компании-подрядчики или совместные предприятия с грузовладельцем, выступающие посредниками между производителем и его партнерами, выполняющие функции посреднического звена между клиентом (например, производителем) и различными провайдерами логистических услуг, управляя всеми процессами цепи поставок клиента, включая курьерские, экспедиторские и складские услуги
Пятый уровень посредников (5PL)	Предприятия, оказывающие, наряду со всеми основными функциями, услуги сетевого бизнеса

В переводе с английского языка задача **МОВ (Make-or-Buy Problem)** переводится как «сделать или купить», ее дословное определение «сделать или купить проблемы». Сущность данной задачи заключается в принятии решений среди двух альтернативных вариантов – наладить собственное производство комплектующее изделий (при наличии необходимых ресурсов) или принять решение о закупке у другого производителя. На принятие решения в пользу организации закупки оказывает влияние ряд внешних и внутренних факторов функционирования предприятия:

1) обеспечение качества выполнения специалистами сторонней организации операций по менее высокой стоимости;

2) снижение рисков предприятия в случае перехода на новые технологии или изменения потребительских предпочтений;

3) снижение продолжительности цикла обслуживания потребителей и сокращение времени на принятие управленческих решений и др.

В случае принятия решения в пользу закупки товаров возникает вопрос об организации хозяйственных связей и выбора посредников. В зарубежной литературе встречается специальный термин, характеризующий посредников – **Third Partly Logistics (3PL)** – «Третья сторона в логистике» и позволяющий выделить ряд обобщенных классификационных признаков, основанных на объеме фактически выполняемых функций (таблица).

При формировании хозяйственных связей с поставщиками необходимо учитывать основные критерии выбора: информация о положении фирмы на существующем рынке, обеспечение качества поставляемой продукции; ценовая политика; надежность поставок и др.

Авторы считают, что в данной работе новыми являются следующие положения и результаты: развитие модели партнёрства «поставщик – заказчик» осуществляется на основании постоянного статистического контроля и анализа данных в закупочной деятельности. Возрастающая роль виртуального пространства влияет на систему закупок, открывает новые возможности в поиске методов по повышению качества логистических процессов.

Список литературы

1. Авдеева Т.В. Формирование стратегического управления на функциональном уровне. – Балаково: Изд-во Балаковского института экономики и бизнеса (филиал) ФГБОУ ВПО «СГСЭУ», 2012. – 153 с.
2. Гугелев А.В., Семченко А.А. Инновационная составляющая в обеспечении конкурентоспособности современной организации // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2015. – № 1 (55). – С. 34–39.
3. Ефимов В.В., Барт Т.В. Статистические методы в управлении качеством продукции: учебное пособие / В.В. Ефимов, Т.В. Барт. – 2-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2016. – 236 с.
4. Капустина Н.В. Оценка факторов риска современных развивающихся организаций: теория и практика // Экономические науки. – 2014. – № 116. – С. 54–57.
5. Нагапетьянц Н.А., Никонорова А.В. Особенности формирования ассортиментной политики на предприятиях сферы обращения // Вестник Академии. – 2012. – № 3. – С. 52–54.