

5. Дранишников С. В., Дроздов А. В. Квалиграммы – новое слово в описании бизнес-процессов // Методы менеджмента качества. 2011. №10. С. 10-14.

РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ РАБОТЫ С ПОСТАВЩИКАМИ В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА ЭЛЕКТРОЛАМПОВОГО ЗАВОДА

Жамсуева Г.С.

*Томский политехнический университет, г. Томск
Научный руководитель: Редько Л.А., к.т.н., доцент кафедры
физических методов и приборов контроля качества*

В статье рассмотрен процесс выбора поставщика, методы выбора поставщика, сформирован список критериев, на основании которых производится выбор поставщика для электролампового завода, применен метод квалиметрической оценки с учетом весовых коэффициентов.

Ключевые слова: система менеджмента качества, выбор поставщика, экспертные методы, квалиметрическая оценка, методика выбора поставщика.

В период некоторых изменений во внешнеэкономической политике страны, некоторые предприятия и организации вынуждены поставить вопрос о выборе поставщика или его замене, основание таких изменений может быть абсолютно разным.

Важность процесса выбора поставщика в светотехнической отрасли объясняется не только разнообразием поставщиков и большого количества тех, кто предлагает одинаковые, однородные ресурсы, но и тем, что поставщик должен быть надежным партнером товаропроизводителя в реализации растущего и успешного бизнеса.

Целью работы является усовершенствование методики выбора поставщика на предприятии на основе принципов системы менеджмента качества. Для этого необходимо решить ряд задач: провести анализ существующих методов выбора поставщика; изучить методы выбора поставщика, используемые на предприятии; разработать методику выбора поставщика в системе менеджмента качества.

При решении поставленных задач использовались такие методы исследования как, обзор информационных источников, математические методы обработки информации и квалиметрические методы на основе экспертных оценок.

Объектом изучения является система менеджмента качества предприятия. Предмет изучения - методика выбора поставщика в системе менеджмента качества.

Одной из важнейших стадий жизненного цикла продукта предприятия является материально-техническое снабжение [1], которое в системе менеджмента качества представлено процессом «закупки». Процесс организации закупки оказывает прямое влияние на качественные характеристики приобретаемого в итоге продукта и его стоимость. От этих показателей зависит конкурентоспособность предприятия и его продукции. От качества выбора поставщиков базовой продукции зависит бюджет предприятия, качество и цена конечного продукта.[2] Чтобы обеспечить требуемое качество продукции, предприятие должно управлять процессом выбора поставщиков, для закупки качественного сырья и продукции, руководствуясь требованиями системы менеджмента качества.

В разделе 7.4.1 стандарта ГОСТ ISO 9001-2011 «Системы менеджмента качества. Требования» дается следующее определение процесса закупок: организация должна обеспечивать соответствие закупленной продукции установленным требованиям к закупкам. Тип и степень управления, применяемые по отношению к поставщику и закупленной продукции, должны зависеть от ее воздействия на последующие стадии жизненного цикла продукции или готовую продукцию.

Организация должна оценивать и выбирать поставщиков на основе их способности поставлять продукцию в соответствии с требованиями организации. Должны быть разработаны критерии отбора, оценки и повторной оценки. Записи результатов оценивания и любых необходимых действий, вытекающих из оценки, должны поддерживаться в рабочем состоянии.

Из данного определения видно, что стандарт не дает конкретных определений для выбора метода и критериев отбора поставщика. Организация сама должна предложить метод и критерии выбора.

Существует несколько распространенных методов выбора поставщика:

- затратно-коэффициентный;
- доминирующих характеристик;
- категорий предпочтения;
- рейтинговая оценка факторов и др.

Сравнительная характеристика каждого метода показана в таблице 1.

Таблица 1. Сравнительная характеристика методов выбора поставщиков

Наименование метода	Содержание	Преимущества (недостатки)
Метод рейтинговых оценок	<p>Считается наиболее распространенным методом выбора поставщика. Определяются основные критерии выбора поставщика, далее работниками службы закупок торговых организаций или привлеченными экспертами устанавливается их значимость экспертным путем. Высчитывается значение рейтинга по каждому критерию путем произведения удельного веса критерия на его экспертную балльную оценку (например, по 10-балльной системе) для данного поставщика.</p> <p>Далее суммируются полученные значения рейтинга по всем критериям, и получается итоговый рейтинг для конкретного поставщика. Сравнивая полученные значения рейтинга для разных поставщиков, определяют наилучшего партнера. Если рейтинговая оценка дает одинаковые результаты для двух и более поставщиков по основным критериям, то процедуру повторяют с использованием дополнительных критериев</p>	<p>Преимуществом метода является широта учета различных мнений экспертов, охват одновременно значительного количества критериев. Нужно учитывать, что при обращении к потенциальным поставщикам трудно, а иногда практически невозможно, получить объективные данные, необходимые для работы экспертов</p>
Метод	Состоит в сосредоточении	Преимущество этого

<p>доминирующих характеристик</p>	<p>на одном выбранном критерии. Этот критерий может быть: наиболее низкой ценой, наилучшим качеством, графиком поставок, внушающим наибольшее доверие, и т.п.</p>	<p>метода – в простоте реализации, а недостаток – в игнорировании остальных факторов – критериев отбора</p>
<p>Метод категорий предпочтения</p>	<p>Предполагает, что рейтинг поставщика, в том числе и выбор способа его оценки, зависит от информации, стекающейся из многих подразделений организации. Инженерные службы дают свою оценку способности поставщика производить высокотехнологическую продукцию и могут компетентно судить о ее качестве. Диспетчерская докладывает о сроках доставки закупаемых товаров</p>	<p>Преимущество – наличие обширной и разнообразной информации из множества источников, которая позволяет рассматривать каждый фактор наравне с остальными. Однако данный метод не учитывает значимости наиболее ключевых критериев для торговой организации</p>
<p>Затратно-коэффициентный метод</p>	<p>Этот метод иногда называют «методом миссий». Он заключается в том, что весь исследуемый процесс закупки делится на несколько возможных вариантов (миссий), и для каждого тщательно рассчитываются все расходы и доходы. В результате получают данные для сравнения и выбора вариантов решений (миссий). Для каждого поставщика рассчитываются все возможные издержки и доходы (при этом учитываются логистические</p>	<p>Метод интересен с точки зрения стоимостной оценки и позволяет определять «стоимость» выбора поставщика. Недостаток метода состоит в том, что он требует большого объема информации и анализа большого объема информации по каждому поставщику.</p>

	риски). Затем из набора вариантов (миссий) выбирается наиболее выгодный (по критерию общей прибыли). По существу это – разновидность метода ранжирования критериев по стоимости	
--	---	--

Из таблицы мы видим, что каждый метод уникален и имеет свои достоинства и недостатки.

Система критериев выбора поставщика является динамичной, зависит от сложности заказа и конкретных требований конечного потребителя. Определение системы критериев для отбора поставщиков зависит от производственной и маркетинговой стратегии закупок конкретного предприятия.

Как отмечают специалисты, при выборе поставщика может применяться до 70 критериев поставщика. По мнению ряда специалистов, все критерии, которые применяются при оценке поставщиков, классифицируются на три группы: технические, организационно-экономические, психологические.

В таком случае необходимо выбрать из этого числа наиболее важные показатели актуальные для предприятия. Это может быть сделано с применением метода экспертных оценок.

Далее необходимо провести ранжирование и, опираясь на выбор экспертной комиссии, определить наиболее важные критерии при выборе поставщика.

По результатам ранжирования, на основании оценок экспертов были определены основные критерии, на которых была разработана система выбора поставщиков для данного предприятия:

- качество продукции (соответствие товара всем требованиям)
- стабильность цен (хотя бы на три месяца), предупреждение об изменении цен хотя бы за 10 дней
- надежность поставок, в том числе соблюдение графика поставок
- условия платежа, возможность отсрочки платежа
- возможность внеплановых поставок, наличие на складе достаточного количества товара, готовность к поставке
- цена
- возможность легко связаться, найти нужного менеджера, обратная связь
- возможность возврата бракованного товара
- личные взаимоотношения

- скидки и бонусы

Так как невозможно получить прямую количественную оценку поставщиков, для разработки методики ее проведения использованы принципы квалиметрии, науки, которая изучает способы количественной оценки качества товаров, работ или услуг [3.4]. Для реализации квалиметрической оценки поставщиков предлагается использование MS Excel.

Выделение наиболее значимых и существенных критериев, а также их классификация, позволяет выполнять работу по оценке поставщика эффективно. Данные критерии являются основой методов, позволяющих осуществить выбор поставщика. В отличие от существующих способов, которыми руководствуются организации при выборе поставщиков, предложенный метод позволяет комплексно подойти к выбору поставщика. Достаточно важным является простота и доступность использования метода организациями различных отраслей и форм собственности.

Список информационных источников

1. Алябьева, М. В. Особенности процессного подхода к управлению и состав бизнес-процессов торговых организаций / М. В. Алябьева, И. Н. Доренская // Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. – 2012. – № 4. – С. 84–88.

2. Матвеева И.В. Поставщик и потребитель: сборник статей. М.: РИА «Стандарты и качество», 2010. 128 с.

3. Федюкин В.К. Основы квалиметрии. Управление качеством продукции: учеб. пособие. М.: Филинь, 2014. 296 с.

4. Казимова Л. П. Интегрированный логистический подход к формированию каналов распределения // Вестн. Астрахан. гос. техн. ун-та. Сер.: Экономика. – 2011. – № 1. – С. 86–89.