

*Бачинский А.Г., магистрант
2 курс, Институт машиностроения,
Тольяттинский государственный университет,
Тольятти (Россия)*

*Иванова Т.И., студент магистратуры,
2 курс, Институт финансов, экономики и управления,
Тольяттинский государственный университет,
Тольятти (Россия).*

*Ермаков В.Е., студент магистратуры,
2 курс, Институт Финансов, Экономики и Управления,
Тольяттинский государственный университет,
Тольятти (Россия).*

*Кириллов А.А., магистрант,
1 курс, Институт машиностроения,
Тольяттинский государственный университет,
Тольятти (Россия)*

*Bachinsky A.G., master student
2nd year, Institute of Mechanical Engineering,
Togliatti State University,
Togliatti (Russia)*

*Ivanova T.I., Master's student,
2 course, Institute of Finance, Economics and Management,
Togliatti State University,
Togliatti (Russia).*

*Ermakov V.E., Master's student,
2 course, Institute of Finance, Economics and Management,
Togliatti State University,
Togliatti (Russia).*

Kirillov A.A., master student,

ОЦЕНКА ПОСТАВЩИКА

Аннотация: в данной статье рассмотрены проблемы взаимодействия предприятий с поставщиками, исследованы типы поставщиков и их оценка.

Ключевые слова: логистика, взаимодействие с поставщиками, типы и оценки поставщиков.

Abstract: This article discusses the problems of interaction enterprises with suppliers, types of suppliers and their assessment were investigated.

Key words: logistics, interaction with suppliers, types and ratings of suppliers.

С последних двух десятилетий наблюдается значительный рост в отраслях по всему миру. С этим быстрым прогрессом, конкуренция на рынке также увеличивается. Высокое качество продукции поставщиков является жизненно важным фактором успеха функции контроля качества компании. Поэтому обязательство поставщиков по качеству является обязательным.

Для достижения целей компании с помощью функции обеспечения качества / контроля качества важно выпускать инструкции и процедуры для оценки, утверждения и аудита поступающего материала от поставщиков или производителей. Хорошо известно, что оценка и аудиты поставщиков могут рассматриваться как неотъемлемая часть оценки в любой отрасли или организации.

Поскольку вся отраслевая рутина зависит от типа материалов, поставляемых для производства. Это сырье будет формироваться только в фактический конечный продукт или конечный продукт. Таким образом, становится необходимым гарантировать, что лицо, поставляющее сырье для промышленности, имеет хорошее качество и стандарты, а материалы, которые

они поставляют, соответствуют всем установленным в отрасли стандартам и политике. Продукты хорошего качества становятся стандартными и надежными конечными продуктами, которые могут удовлетворить клиентов.

Тип поставщиков:

Оценка программы качества является совместной деятельностью продавца-продавца. Это эффективно достигается, это обеспечивает взаимную выгоду для всех заинтересованных сторон. Поставщик оценивает свою программу качества, чтобы убедиться, что она эффективно и экономично выполняет свои функции. Владелец оценивает программу качества своего продавца, чтобы проверить, способен ли его продавец производить желаемый качественный продукт. Кроме того, он может создать систему ранжирования, указав числовое значение. Это значение, которое будет присваиваться каждому поставщику, должно иметь признание и может использоваться в качестве основы для корректирующих действий отправителя и продавца и сравнения поставщиков в организации отправителя. Организатор может разработать комплексную программу аудита, охватывающую все этапы проектирования, закупок, строительства и эксплуатации завода, либо в рамках его организационной структуры, либо в соответствии с договорными требованиями, т. е. указанными в заказе покупателя на аудит объектов поставщика. [2]

Основной целью аудита качества является обеспечение соответствия требованиям программы обеспечения качества. По сути, управление поставщиками жизненно важно для компании, поскольку оно улучшает движение денежных средств, предоставляет отличные услуги, повышает надежность поставок и помогает снизить зависимость от основных средств, обеспечивает передовые технологические тенденции.

Оценка поставщика:

Существует три основных типа оценки поставщиков:

1. Неформальное использование записей. При таком типе оценки продавцов данные собираются из многих источников, таких как журналы,

дневники, журналы или финансовые записи. Знание того, что произошло в прошлом, позволяет оценить событие, чтобы принимать более правильные решения. для будущего.

2. Оценка после факта: Когда событие произошло, менеджер может задавать вопросы типа Что случилось? Как это произошло? Почему это удалось? или почему это не удалось? Насколько хорошо это было сделано? Ответы на такие вопросы дают данные для принятия решений и будущего планирования после завершения мероприятия.

3. Оценка, разработанная до факта, в этом типе оценки оценщик планирует и начинает сбор данных в начале истории проекта. Оценка возможностей поставщика является примером.

По словам Фрэнка Каплана, опросы поставщиков и определение возможностей являются важной задачей для организации покупателя, чтобы заранее определить способность поставщика производить качественные продукты в соответствии с графиком. Эффективные компании держат своих поставщиков и продавцов, считают их партнерами, помогающими в их бизнесе. Это рассматривается как взаимовыгодное партнерство. Если поставщик / поставщик является основной частью или обслуживающим предприятием, пригласите этого поставщика или поставщика на стратегические встречи, на которых участвует продукт, с которым они работают. [2]

Существует множество советов и инструментов, с помощью которых компаниям необходимо эффективно оценивать своих поставщиков и поставщиков, отслеживать их эффективность и в конечном итоге повышать общую производительность компании.

1. Установите показатели эффективности. В начале отношений с поставщиками менеджеры должны определить, какими характеристиками должен обладать поставщик, демонстрировать или поддерживать их для продолжения работы с компанией. Важно создать конкретные критерии эффективности для отслеживания и оценки поставщиков и поставщиков на

регулярной основе ежемесячно, ежеквартально и / или ежегодно. Соображения включают размер компании, количество сертификатов, системы управления качеством, историю жалоб и финансовую стабильность.

Основным соображением для всех владельцев бизнеса должно быть наличие у поставщика системы управления качеством. Это относится не только к производству, но и к любому бизнесу, включая поставщиков услуг. Если у поставщика есть определенный набор процедур, его сотрудники должны будут следовать. [1]

2. Классификация нескольких поставщиков и поставщиков. Если в компании имеется огромное количество поставщиков, а поставщики и менеджеры намереваются составить опрос для их оценки, применять один и тот же опрос для каждого из них будет обременительно. Лучше разделить поставщиков на уровни в зависимости от их критической важности. Выберите наиболее подходящую для компании классификацию и оцените поставщиков в зависимости от их влияния на ваш продукт или услугу в порядке важности.

3. Разработайте метод оценки. Существуют распространенные методы оценки производительности поставщика, включая формы оценки, опросы, системные показатели и программные приложения. [3]

Специалисты компании могут составить опрос, где они просят своих сотрудников ответить на вопросы и оценить поставщиков и поставщиков. Затем специалисты по оценке могут проверить, сколько корректирующих действий они должны выпустить поставщику или поставщику, сколько продуктов они должны удалить или вернуть из-за того, что поставщик или поставщик не соответствуют спецификациям, или сколько жалоб клиентов они получили из-за плохой детали или сервис от поставщика. Оценщики также должны отслеживать поставщиков и поставщиков, периодически проводя аудит. Они должны генерировать измерения или отчеты в начале покупки и на протяжении всего процесса взаимодействия с поставщиком.

Оценка качества продавца:

Доставка	Обслуживание клиентов
<ul style="list-style-type: none"> - Доставить вовремя - доставляет нужный товар - Обеспечивает правильное количество - встречает срок выполнения без постоянного наблюдения - Конкурентоспособность времени выполнения продукции - Точная документация / идентификация предоставляется - Реакция на срочную / экстренную доставку - требования 	<ul style="list-style-type: none"> - Обзор рынка - Эффективность выставления счетов - Подтверждение заказа - признает влияние затрат - соответствие специальным условиям - Техническая поддержка - своевременно выдавать кредитовые авизо - соблюдение политики компании - Техническая поддержка / разрешение - Внутренняя поддержка продаж / обслуживание клиентов - Обучение по продуктам производителя
Качество	Ценообразование
<ul style="list-style-type: none"> - Гарантийное покрытие - Соответствие спецификации надежности / долговечности продукта, включая введение новых функций 	<ul style="list-style-type: none"> - стабильность цен / точность - Конкурентоспособная цена / стоимость - Предварительное уведомление об изменении цены

- Документация по продукции, инструкции, технические руководства	
- Упаковка продукции, включая экологические аспекты	

Эксперты заявили, что периодические обзоры поставщиков также будут включать в себя обсуждение того, что компания покупала, сколько она покупала, что имел этот продавец на полке или работал в течение шести месяцев или года в будущем и сделал это представляет собой значительное улучшение по сравнению с тем, что было куплено ранее, и тем, что конкуренты покупали у конкретного поставщика.

4. Определите, кто звонит. После того, как оценщики компании установят критерии оценки поставщиков и поставщиков, необходимо определить, кто в компании будет нести ответственность за проверку данных. Это зависит от того, сколько Ресурсы Компания должна посвятить оценке своих поставщиков. [2]

5. Поддерживайте хорошие отношения. Очень важно поддерживать здоровые деловые отношения с поставщиками и поставщиками как часть команды и относиться к ним как к таковым. Менеджеры компании должны общаться часто и открыто. Кроме того, рекомендуется избегать конфликтов между поставщиками и поставщиками путем своевременной оплаты или, по крайней мере, честного решения проблем просроченных платежей и обсуждения этого вопроса с поставщиком или поставщиком. Будьте откровенны и прозрачны с поставщиками и продавцами. Убедитесь, что они понимают потребности и ожидания компании. [3]

6. Решите, когда выпустить красный флаг. Когда оценщики компании следят за работой поставщика, они должны решить, когда похвалить их, а когда выпустить красный флаг.

7. Избавьтесь от слабых слабых ссылок: компания должна терпеть продолжающееся плохое обслуживание. Может наступить время, когда менеджерам придется отпустить неэффективного поставщика или продавца. Отношения с поставщиком - это деловое партнерство, и если обе стороны работают над тем, чтобы партнерство было успешным, оно будет успешным. В долгосрочной перспективе взаимовыгодные отношения с поставщиками и поставщиками станут конкурентным преимуществом. [4]

Рейтинг поставщиков (рейтинг) и сертификация:

Система оценки поставщиков используется многими компаниями по всему миру. Фейгенбаум объясняет это как метод, который обеспечивает оценку от поставщика к поставщику, посредством чего каждый поставщик сравнивается с другим конкретным поставщиком или группой поставщиков по цене, качеству и доставке. Результаты рейтинга публикуются ежеквартально и используются для определения всех будущих деловых операций с поставщиком. Существуют различные типы рейтингов поставщиков, которые соответствуют изменяющимся потребностям заводов и компаний. Базовый и широко используемый план оценки поставщиков учитывает следующие ключевые факторы:

Качество	40 баллов
Цена	35 очков
Обслуживание	25 очков
Общее количество	100 баллов

Список используемой литературы:

1. Данилова, С.Ю., Пуденков, Е.В. Оптимизация уровня запасов производства с целью повышения конкурентоспособности предприятия с

непрерывным циклом производства. [Текст] // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. - 2013.- №2

2. Дегтярева, Н.М., Егорова, Г.В. Особенности конструктивного подхода к принятию и реализации управленческих решений [Текст] / Н.М. Дегтярева, Г.В. Егорова // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия экономика. - № 3. - 2012.

3. Сысолятин А.В. Выбор поставщика в закупочной деятельности торговой фирмы [Электронный ресурс] Систем. требования: AdobeAcrobatReader. URL: <http://naukarastudent.ru/12/2256/>.

4. Зак Ю.А. Принятие многокритериальных решений. М.: Изд. Экономика, 2011. 236 с.