

разработать наиболее работоспособную маркетинговую стратегию и выстроить систему поведенческого маркетинга.

Библиографический список

1. Панкрухин А.П. Маркетинг образовательных услуг в высшем и дополнительном образовании. М.: Интерпракс, 1995.
2. Мерманн Э. Мотивация персонала. Харьков: Гуманитарный центр, 2015.
3. Vybrané kapitoly zo sociálnej komunikácie pre odbor personálna práca v priemyselnom podniku / Bernát L. [et al.]. Bratislava: STU. 2009.
4. Kmecová I., Zeman R. Communication in a business company // Journal of Business. Tbilisi Gruzie: International Black Sea University, 2014. 3(2). P. 17-21.
5. Plamínek J. Komunikace a prezentace: Umění mluvit, slyšet a rozumět – 2. doplněné vydání. Praha: Grada, 2012.
6. Waltraud A. Rétorika a komunikace. Praha: Grada, 2008.

*Гринёв А.А., Чертыковцев В.К.**

ВЫБОР ПОСТАВЩИКА В ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОО «АНДЛЕКС»

В данной статье рассматривается анализ предприятия ТОО «Андлекс». Постановка задачи для решения существующей проблемы- снижение прибыли. И проведен расчет рейтинга поставщика.

* © Гринёв А.А., Чертыковцев В.К., 2018

Гринёв Алексей Алексеевич (alekseygrinev@mail.ru), студент Самарского университета

Чертыковцев Валерий Кириллович (vkchert@ro.ru), д-р техн. наук, профессор кафедры общего и стратегического менеджмента Самарского университета, 443011, Российская Федерация, г.Самара, ул. Акад. Павлова, 1

Ключевые слова: выбор поставщика, логистика закупок, рейтинг поставщика, схема осуществления закупок, метод экспертных оценок, критерии выбора поставщика.

Выбор поставщика является важным элементом в закупочной логистике.

Выделяют два основных критерия выбора поставщика:

- стоимость приобретения товаров или услуг;
- качество обслуживания.

Стоимость приобретения товаров или услуг включает в себя цену, по которой осуществляется покупка товара или услуги за вычетом полезности.

Качество обслуживания включается в себя два аспекта: качество товара – соответствие стандартам качества, надежности обслуживания – гарантия обслуживания потребителя необходимым товаром в течение указанного времени.

На примере товарищества с ограниченной ответственностью «Андлекс» рассмотрим алгоритм выбора поставщика в закупочной деятельности предприятия.

Товарищество с ограниченной ответственностью «Андлекс» – это торговое предприятие, которое осуществляет свою торгово-хозяйственную деятельность на потребительском рынке г. Уральск. Основным видом деятельности предприятия является торговля охотничьими, рыбацкими, туристическими товарами.

Предприятие осуществляет свою деятельность в соответствии с разрабатываемым и утверждаемым планом экономического и социального развития.

Основные виды деятельности предприятия в соответствии с учредительными документами:

1. Оптовая и розничная торговля.
2. Сервис по ремонту мотовелотехники.
3. Мастерская по ремонту оружия.
4. Участие в торгах по госзакупкам.

В состав ТОО «Андлекс» входит склад и 2 магазина (см. рис. 1):

1. Магазин «Оружейный двор».
2. Торговый дом «Турист».

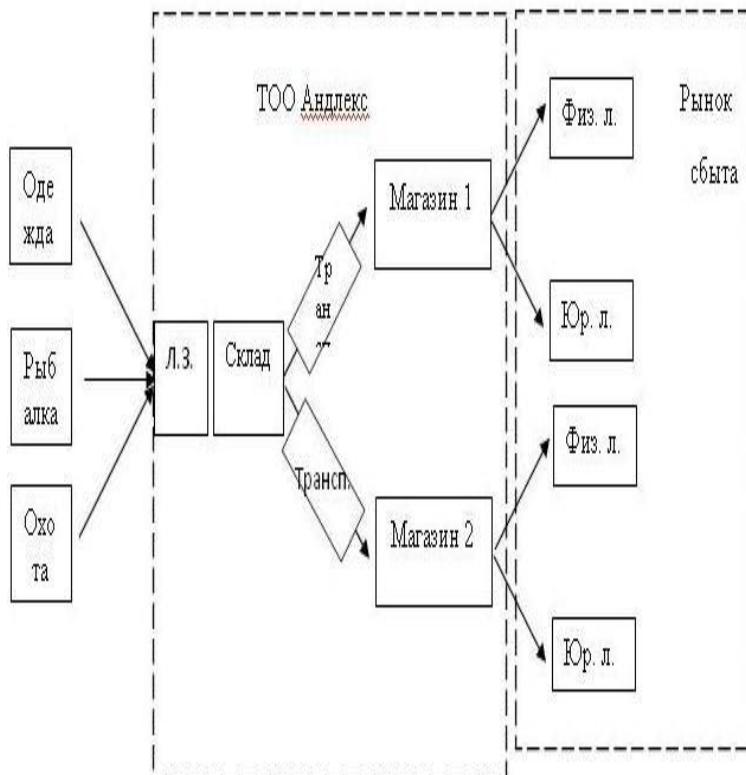


Рис. 1. Схема осуществления закупок ТОО «Андлекс»

Предприятие заключает сделки (договоры, контракты) со многими предприятиями в РФ (г. Москва, г. Самара, г. Санкт-Петербург), в РК (г. Алматы, г. Астана, г. Кызыл-орда) на поставку их продукции.

1. Основные потребители – это физические лица (покупатели) и юридические лица (охранные организации и государственные закупки).

2. На основании графика (рис. 2) видно, что линия $y_1(t)$ с 2013 года начала падать. И 2014 руководство приняло решение о постройке нового магазина, на графике показан линией $y_2(t)$. Основной проблемой снижения прибыли является поиск оптимальных поставщиков.

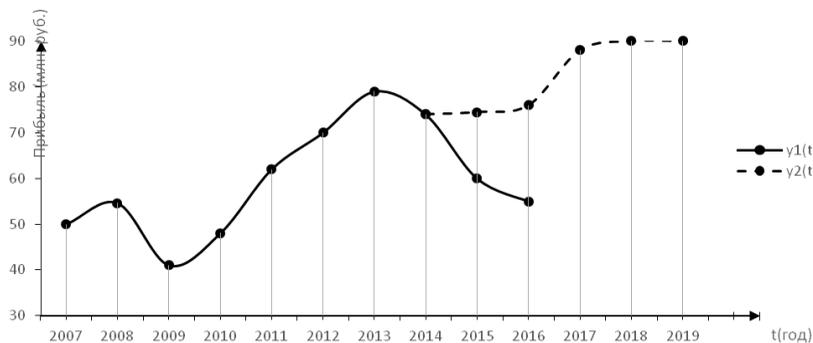


Рис. 2. График прибыли

Закупочная логистика – это управление материальными потоками в процессе обеспечения предприятия материальными ресурсами. Одной из основных проблем закупочной логистики является решение задачи выбора поставщика [1].

Задача выбора поставщика

При выборе поставщика используются следующие методы [3]:

- объявление конкурса;
- изучение рекламных материалов;
- посещение выставок и ярмарок;
- переписка и личные контакты.

В результате формируется список потенциальных поставщиков лодок:

1. Фрегат (г. Санкт-Петербург).
2. Пилигрим (г. Самара).
3. Уфимские лодки (УЗЭМИК) (г. Уфа).
4. Quicksilver (Америка).

Таблица 1. Расчет рейтинга поставщика

Критерии	Вес критерия a_j	П1		П2		П3		П4	
		Простая оценка критерия b_1	o_1	Простая оценка критерия b_2	o_2	Простая оценка критерия b_3	o_3	Простая оценка критерия П4 b_4	o_4
Цена	0,5	4	2,0	5	2,5	8	4,0	1	0,5
Качество	0,2	7	1,4	5	1,0	2	0,4	10	2
Стоимость доставки	0,2	6	1,2	7	1,4	6	1,2	1	0,2
Надежность поставщика	0,1	9	0,9	5	0,5	6	0,6	4	0,4
$\sum a_j$	1,0		5,5		5,4		<u>6,2</u>		3,1

Методом экспертных оценок были определены весовые коэффициенты (a_j) критериев сравнения поставщиков [2]:

цена 0,5;

качество 0,2;

стоимость доставки 0,2;

надежность поставщика 0,1.

$$o_j = a_j \cdot b_j,$$

где o_j – текущая оценка рейтинга поставщиков;

a_j – вес критерия;

b_j – простая оценка критерия [1].

Выводы:

Из табл. 1 видно, что самая высокая оценка у поставщика 3 (6,2). В связи с этим предпочтение следует отдать третьему поставщику благодаря более низкой цене, несмотря на большее количество брака, низкое качество и большие задержки поставок.

Библиографический список

1. Чертыковцев В.К., Тяпухин А. Логистические процессы в цепях поставок. Ч.2 // Логистика . 2016. № 3 (112) . С. 53-57.
2. Чертыковцев В.К., Тяпухин А. Логистические процессы в цепях поставок. Ч.1 // Логистика . 2016. № 2 (111) . С. 34-39.
3. Чертыковцев В.К. Математическое моделирование логистической цепи // Стратегические ориентиры развития экономических систем в современных условиях: межвуз. сб. ст. 2016. Вып. 4. С. 10-15.

*Дубровина Н.А., Алайцева М.П.**

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ООО «САМАРААВТОБИЗНЕС»

В статье рассматриваются аспекты связи качества продукции предприятия и конкурентоспособности. Анализируется взаимосвязь потребительских свойств продукции, качества и цены изделия. На

* © Дубровина Н.А., Алайцева М.П., 2018

Дубровина Наталья Александровна (nadubrovina@yandex.ru), канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой общего и стратегического менеджмента Самарского университета, 443011, Российская Федерация, г. Самара, ул. Акад. Павлова, 1
Алайцева Мария Петровна (snab@autosystem.ru), магистрант Самарского университета