

Трибуна молодого ученого

УДК 33.06

РОВБЕЛЬ Ростислав Леонидович

ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Москва, Россия

<https://orcid.org/0000-0003-0025-5698>

Ростислав Леонидович Ровбель, аспирант Департамента корпоративных финансов и корпоративного управления, Москва.

E-mail: rovbел_rl@admin-smolensk.ru

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГА ЗАКУПОК С ПРИМЕНЕНИЕМ ИНСТРУМЕНТОВ ТИПОВЫХ ТЕХНИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ И КАТАЛОГИЗАЦИИ¹

Аннотация

Тема. Развитие процедуры закупок с применением инструментов типовых технических заданий и каталогизации. От успешного функционирования системы государственных закупок напрямую зависит эффективное и устойчивое развитие национальной экономики. В связи с этим в данной сфере важно следование ведущим мировым практикам и заимствование передового опыта организации госзакупок, и, прежде всего, должна быть сформирована единая информационная база данных, объединяющая все совершенные закупки и позволяющая осуществлять поисковые запросы в ней.

Цель. Обеспечение развития института закупок с позиции прозрачности и открытости для потенциальных участников.

Методология. Применяются методы оценочной деятельности, категорирования и каталогизации, синтез типовых технических заданий.

Вывод. На основе проведенного исследования были сформированы следующие выводы:

1. Автором сформирован инструмент, позволяющий детализировать актив, стоимость которого подлежит определению, что исключает возможности манипулирования техническим заданием на поставку товаров, а также обеспечивает максимальное привлечение потенциальных исполнителей к процедуре закупок, что стимулирует развитие рыночной экономики.

2. Автором декларируется развитие развернутой методологии категорирования и каталогизации, отвечающей лучшим мировым практикам, принятым в США и Евросоюзе. Это позволит обеспечить единообразный мониторинг и контроль закупок в стране в разрезе конкретного продукта, продукции конкретной отрасли, отдельных поставщиков, что существенным образом разовьет маркетинг процедуры закупок.

Ключевые слова: *Закупки, категорирование, каталогизация, маркетинг закупок.*

JEL classification: H57

¹ Статья подготовлена в рамках государственного задания в 2019 году «Выявление нерыночных условия проведения закупок с применением категорирования и каталогизации»

Young scientist tribune

Rostislav L. Rovbel

Graduate student of the Department of corporate Finance and corporate governance, Moscow. E-mail: rovbels_r@admin-smolensk.ru

**IMPROVING PROCUREMENT MARKETING USING
CATEGORIZATION AND CATALOGING TOOLS**

Abstract

Importance Development of procurement procedures using standard technical assignments and cataloging tools. The effective and sustainable development of the national economy directly depends on the successful functioning of the public procurement system. In this regard, in this area it is important to follow the leading international practices and borrow the advanced experience in organizing public procurement, and, above all, a single information database should be formed, combining all the advanced purchases and allowing to carry out search queries in it.

Objective Ensuring the development of the procurement institution from the standpoint of transparency and openness for potential participants.

Methods Applied methods of evaluation, categorization and cataloging, the synthesis of typical technical tasks.

Conclusions and Relevance Based on the study, the following conclusions were formed: 1. The author has created a tool that allows to detail an asset, the cost of which is to be determined, which eliminates the possibility of manipulating the technical requirements for the supply of goods, and also ensures maximum involvement of potential performers in the procurement process, which stimulates the development of a market economy. 2. The author declares the development of a comprehensive methodology for categorizing and cataloging that meets the best international practices adopted in the United States and the European Union. This will ensure uniform monitoring and control of purchases in the country in the context of a specific product, products of a particular industry, individual suppliers, etc.

Keywords: *Procurement, categorization, cataloging, procurement marketing*

Сегодня при осуществлении закупок на первый план выходит выбор контрагента, способного обеспечить заданное качество заказа при наименьшей цене. Современные нормативно-правовые документы не способствуют решению проблем, и, зачастую, закупочная деятельность осуществляется без обоснованного выбора поставщика, что приводит к снижению качества закупаемых товаров и услуг и эффективности закупочной деятельности в целом.

Применение маркетингового инструментария в закупочной деятельности связано с подготовкой технического задания (отбор наиболее важных параметров, определяющих качество товара/услуги), затем выбор поставщика, способного обеспечить выполнение заданных параметров.

С этой точки зрения категорирование и каталогизация являются современными инструментами маркетинга закупок, позволяющих одновременно решить две разнонаправленные задачи:

1. Потенциальный покупатель получает доступ к базе данных о технических характеристиках и ценах на товары/услуги, что существенно упрощает маркетинговый анализ рынка и поиск потенциального поставщика товаров/услуг.

2. Поставщик получает возможность представить товар/услугу широкому спектру покупателей.

Итогом решения этих задач станет улучшение качества маркетинга закупок.

Использование потенциала категорирования и каталогизации товаров/услуг связано с разработкой их группировки и электронного каталога.

Каталог представляет собой систематизированный свод наименований единиц товаров, работ, услуг, закупаемых для обеспечения государственных нужд и соответствующих им кодов.

С технической точки зрения, каталог представляет собой оглавление разделов и предполагает лаконичное описание товара/услуги и параметров их потенциального применения, то есть дает представление о диапазонах его использования в деятельности государственных организаций, корпораций и т.п.

Каталог состоит из классификатора предметов государственного заказа и справочника предметов государственного заказа, где первое – это перечень унифицированных наименований категорий товаров, работ, услуг; а второе – перечень конкретных товаров, работ, услуг. Классификатор предметов государственного заказа состоит из трех разделов: товары, работы и услуги. Основные принципы его построения определены следующим образом: классификационное деление предметов закупки произведено по тематическому признаку; разделы содержат классификационные группировки, сформированные по иерархическому принципу (детализация) и имеющие наименования; каждой позиции классификатора присвоены коды ОКПД2; классификационные группировки могут содержать до семи разрядов.

Построение каталога возможно на основе типовых технических заданий, то есть практики уже сформированных технических заданий - инструмента, позволяющий детализировать актив, стоимость которого подлежит определению, что исключает возможности манипулирования техническим заданием на поставку товаров, а также обеспечивает максимальное привлечение потенциальных исполнителей к процедуре закупок, что стимулирует развитие рыночной экономики.

На наш взгляд, создание типовых технических заданий должно включать следующие этапы, схематично представленные на рисунке 1.

Принципы построения справочника предметов государственного заказа определены по линейному принципу. Позиции справочника объединены в классификационные группировки классификатора предметов

государственного заказа нижнего уровня по тематическому признаку; каждой позиции справочника присвоены конечные коды ОКПД2 и единицы измерения; позиции имеют наименования, сформированные в соответствии с нормативно-правовыми документами и позволяющие однозначно идентифицировать предмет закупки [1].



Рисунок 1. Алгоритм создания типовых технических заданий по закупке / Источник: составлено автором

Для составления такой группировки необходимо изучить кейсы по организации маркетинговых подсистем в различных информационных системах, описаниях товарных рынков, текущих потребностей в товарах/услугах для государственных и муниципальных нужд.

Этому подходу соответствует и международный опыт создания наборов инструментов для работы в сфере закупок. На сайте Исследовательского института спроса и предложения собраны данные о различных товарах и услугах, являющимися объектом государственных закупок [4]. Данные объединены в электронный каталог, ключевыми элементами которого являются названия продуктов, иерархия продуктов, описания, цены, поставщик и внутренние коды (*CIPS: выбор решения для электронных закупок*), что в значительной степени облегчает процедуру поиска поставщика.

Такой подход позволяет, во-первых, предупредить участие недобросовестных поставщиков, во-вторых, показать приверженность принципам конкуренции.

Государственные организации и корпорации приобретают десятки и сотни тысяч наименований товаров и услуг. Основная сложность при этом — унифицировать данные по всем позициям в разных системах и подразделениях, так как, помимо специализированных закупочных отделов, в процесс активно вовлечены и другие — например, склад и бухгалтерия.

Чем больше номенклатура закупок, тем сложнее это взаимодействие и тем труднее обеспечить должный учет, прозрачность движения материальных активов и управление остатками в ходе производственного цикла. Например, несогласованность разных информационных систем предприятия приводит к тому, что одна и та же гайка или шариковая ручка может фигурировать под разными названиями в разных базах данных. Это значительно затрудняет консолидированный учет и ведение финансовой и управленческой отчетности в масштабах всей компании, особенно если речь идет о бизнесе со сложной организационной структурой и сетью филиалов.

Кроме того, когда речь идет о стандартных процессах, будь то цикл производства на заводе или работа городской больницы, закупки сопряжены с большим числом однотипных рутинных действий. Например, по данным Минэкономразвития РФ, 97% денежного объема госзакупок и 91% их общего количества приходится менее чем на 15% товаров и услуг: заказчики вынуждены раз за разом заново описывать типовые контракты, при этом цены на одинаковые позиции могут заметно отличаться от региона к региону и от организации к организации. Государственная система закупок, которая находится в центре общественного внимания, на протяжении всего своего существования ищет способы повышения эффективности.

Сокращение времени и повышение производительности труда закупщиков особенно важно для активов, расположенных в труднодоступных регионах: поставки можно осуществлять лишь в навигационный период, а на одного закупщика может приходиться до 1,5 тыс. наименований.

Работа по наполнению каталога может быть осуществлена с применением цифровых технологий [2].

Цифровые справочники

С развитием технологий, в частности, идея составления закупочных справочников — они позволяют анализировать фактические закупки компании за несколько лет, разрабатывать единые стандарты описания и наименований продукции, сгруппировать позиции в иерархический список, попутно исключив дубликаты и ошибки — приобрела новый смысл.

Первая государственная система каталогизации была запущена еще в середине прошлого века в США, когда выяснилось, что нехватка запчастей для армейской техники была вызвана не недостаточными поставками

(детали поставлялись в количестве, в несколько раз превышавшем потребности), а путаницей в учете, когда одни и те же изделия под разными наименованиями мертвым грузом оседали на складах. После принятия Конгрессом США соответствующего закона в 1952 году в стране была создана федеральная система каталогизации предметов снабжения, благодаря чему их номенклатуру удалось сократить в три раза, а экономия составила порядка \$12 млрд. [3]

Сегодня стандартный справочник из массива необработанной информации составляют специализированные сервисы. Современные системы управления нормативно-справочной информацией (НСИ), описывающие и классифицирующие данные бизнес-процессов, способны научить разрозненные информационные системы «говорить на одном языке» и повысить эффективность взаимодействия подразделений и в результате оптимизировать маркетинг закупок. Возможности цифровых технологий для расширения действия маркетинга закупок представлены в таблице 1.

В России в рамках реформы госзакупок и перехода на электронные торговые площадки в ближайшем будущем должен появиться единый электронный справочник товаров и услуг. Пока он есть только для лекарственных препаратов. В июле 2018 года Минфин вынес на общественное обсуждение законопроект «О систематизации и гармонизации информации в Российской Федерации», предусматривающий, в частности, создание единой государственной информационной системы НСИ.

Комплексные системы управления НСИ обеспечивают работоспособность базы и своевременную актуализацию информации, автоматизацию процесса, разграничение доступа пользователей, масштабирование системы и оперативный анализ данных.

Необходимое для полной автоматизации НСИ программное обеспечение (MDM-системы – Master Data Management) доступно и как самостоятельный продукт по лицензии, и как дополнительный модуль общей системы управления предприятием (ERP), а может быть создано и внутри компании собственными силами. Стоимость такого ПО зависит от размера предприятия, его потребностей и отраслевой специфики. Расширенные вычислительные мощности и обучение сотрудников будут стоить дополнительных средств.

По прогнозам международной Transparency Market Research, глобальный рынок MDM будет расти рекордными темпами: с \$3,8 млрд в 2017 году до \$20,5 млрд в 2024-м – на 27,3% ежегодно. При этом рынок облачных сервисов будет расти еще быстрее – на 34,2% в год, до \$9 млрд к концу указанного периода, поскольку предприятия малого и среднего бизнеса все больше будут предпочитать именно такие решения благодаря их невысокой стоимости, быстрой интеграции и гибкости.

Таблица 1 – Возможности цифровых технологий в категорировании и каталогизации продукции как метода повышения качества маркетинга закупок [5]

Возможности	Характеристика
Доступность данных	<p>Для закупочных организаций, которые должны быть полностью цифровыми, возможность сбора и использования огромного количества данных имеет основополагающее значение. В настоящее время большинство компаний могут собирать и извлекать информацию из транзакционных данных (данные по позициям заказа на поставку, данные о контрактах, сроки поставки, возвраты от поставщиков и т. д.)</p> <p>Но чтобы иметь преимущество над конкурентами, организациям необходимо связать их с внешними данными, такими как информация о рынке, экспертиза категорий, отраслевые ориентиры, геополитическая информация, прогнозы погоды и т. д. Это поможет организации собирать и анализировать большее количество данных в режиме реального времени</p>
Расширенная аналитика	<p>Доступность данных - это механизм для извлечения значимых данных, основанных на данных, которые подпитывают реальные бизнес-решения. Аналитика в реальном времени поможет использовать данные о закупках, чтобы обеспечить понимание для руководителей закупок и влияния на ключевые стратегические решения. Закупки, как и другие прогнозные функции (например, маркетинг или финансы), объединяют процессы, чтобы перейти от описательной к прогнозной аналитике (выявление закономерностей и прогнозирование будущих событий). Эти результаты могут быть использованы для определения приоритетов поставщиков на основе нескольких параметров, таких как стоимость (использование моделей с учетом затрат для анализа цен на товары и прогнозирование стоимости сырья); качество и производительность (сравнение в реальном времени с отраслевыми показателями); риск поставщика (расчет показателей риска на основе данных, проанализированных из нескольких источников) и т.п.</p>
Опыт прошлых закупок	<p>Предоставят возможность просматривать рекомендуемые каталогом продукты и услуги, сортируя по параметрам (управляемые закупки) в сочетании с интеграцией электронных торговых площадок в режиме реального времени для расширенного управления каталогами и выборочных покупок для разовых или экстренных нужд, с соблюдением законодательства</p>

Дополнительными факторами, стимулирующими спрос на MDM-решения, станет возможность их объединения с системами управления большими данными и повышение прозрачности с точки зрения комплаенса. Одним из главных трендов станет автоматизация процесса проверки и корректировки НСИ при помощи технологий искусственного интеллекта.

Облако данных

Массовые облачные решения по модели SaaS (software as a service) – одно из возможных решений для компаний, не нуждающихся в сложной функциональности MDM-систем, но при этом требующих безошибочного и оперативного обновления данных. В этом случае взаимодействие происходит через веб-интерфейс, а данные хранятся на сервере провайдера. MDM-решения, например, предлагают такие крупные игроки, как IBM, SAP, SAS и Oracle.

Горнодобывающая компания «Полиметалл» на базе B2B-Center, например, объединила процесс закупок, то есть введение данных в справочник на 260 тыс. позиций, их проверку, проведение закупок на электронной торговой площадке и автоматический анализ результатов. Система автоматически проверяет корректность данных по 20 алгоритмам и предупреждает пользователя о возможной ошибке. Работа осуществляется через привычный интерфейс, поэтому дополнительного обучения сотрудников проводить не пришлось. Доступность и сохранность данных обеспечивает их хранение в двух распределенных российских дата-центрах. Требования службы безопасности компании не допускают данные извне во внутреннюю систему, поэтому на стороне провайдера происходит лишь их верификация.

Облачное решение является наиболее эффективным способом синхронизировать уже имеющийся справочник на электронной торговой площадке B2B-Center и внутреннюю систему. Кроме того, появляется возможность обеспечить должный уровень информационной безопасности. Также система дает дополнительные аналитические возможности при проведении маркетинговых исследований, для оценки эффективности закупочного процесса и полностью интегрирована с внутренней системой учета предприятий (например, «1С»).

В процессе сбора данных ценовых и неценовых атрибутов продукции за определенный период времени необходимо учесть, что качество является решающим аспектом в ходе оценки предложений, следовательно, должны быть определены четкие процедуры и методология оценки технических параметров продукции, указанных в закупочной документации.

Наличие типовых закупочных документов, каталогов продукции предусмотренных к применению относительно широкого диапазона товаров, работ и услуг, позволит:

- унифицировать перечень технических требований закупок, что позволяет поставщикам снижать издержки за счет существенных объемов закупаемых товаров, работ, услуг.
- повысить эффективности деятельности заказчиков путем автоматизации процессов на всех стадиях осуществления закупок;
- снизить трудозатраты специалистов;

- окажет содействие предотвращению нарушений законодательства, коррупционных проявлений.

Таким образом, в результате проведенного исследования предложены направления совершенствования маркетинга в системе государственных закупок в части применения цифровых технологий для составления каталогов товаров на основе типовых технических заданий.

Список литературы

1. Федеральный закон от 05.04.2013 N 44-ФЗ (ред. от 03.08.2018) «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»

2. Дадалко В.А., Назырова Д.Р., Топчий П.П. Инструменты цифровой экономики как способы обеспечения прозрачности хозяйствования промышленного предприятия // Экономика. Налоги. Право. – 2018. – Т.11. – №5. – С. 84-91.

3. Кевеш А.Л. Об особенностях и опыте применения нового общероссийского классификатора продукции по видам экономической деятельности (ОКПД) в системе государственной статистики с учетом применяемых в настоящее время других классификаторов продукции в различных сферах управления экономикой // Статистика и экономика. – 2010. – № 5. – С. 69–80.

4. Исследовательский институт спроса и предложения (CIPS). <https://www.cips.org/en/knowledge/procurement-topics-and-skills/ecommerce---systems/e-sourcing--e-procurement-systems-p2p/catalogue-management/>.

5. Sharma D. Procurement Striding Purposefully In The Digital Journey. <https://www.digitalistmag.com/digital-supply-networks/2018/06/27/procurement-striding-purposefully-in-digital-journey-06177248>

References:

Federal Law of 05.04.2013 N 44-FZ (as amended on 03.08.2018) “On the contract system in the field of procurement of goods, works, services for state and municipal needs”

Dadalko V.A., Nazyrova D.R., Topchiy P.P. Tools of the digital economy as a means of ensuring the transparency of the management of an industrial enterprise // Economy. Taxes Right. - 2018. - T.11. - №5. - p. 84-91.

Kevesh A.L. On the features and experience of applying the new all-Russian classifier of products by type of economic activity (JCCP) in the state statistics system taking into account other product classifiers currently used in various fields of economic management // Statistics and Economics. - 2010. - № 5. - p. 69–80.

Research Institute of supply and demand (CIPS). <https://www.cips.org/en/knowledge/procurement-topics-and-skills/ecommerce---systems/e-sourcing--e-procurement-systems-p2p/catalogue-management/>.

Sharma D. Procurement Striding Purposefully In the Digital Journey. <https://www.digitalistmag.com/digital-supply-networks/2018/06/27/procurement-striding-purposefully-in-digital-journey-06177248>