

Библиографический список

1. Стрекалов А. Ф. Оценка эффективности НИОКР / А. Ф. Стрекалов // Научные сообщения. – 2006. – № 4. – С. 181-186.
2. Mayra Ortega Maldonado, Michael Corbey Social Return on Investment (SROI): a review of the technique / Mayra Ortega Maldonado, Michael Corbey // Maandblad Voor Accountancy en Bedrijfseconomie. – 2016. – № 3. – С. 79-86.
3. Агранович М. Л. Индикаторы достижения целей устойчивого развития в сфере образования и национальная образовательная политика / М. Л. Агранович // Вопросы образования. – 2017. – № 4. – С. 242-263.
4. Гармидер Д. А., Макарова И. В. КЛАССИФИКАЦИЯ ВИДОВ ВЫСОКОРИСКОВЫХ ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ / Д. А. Гармидер, И. В. Макарова // Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. – 2021. – № 3. – С. 18-22.
5. Е. А. Тамахина КРИТЕРИИ ОТБОРА И ОЦЕНКИ ПРОЕКТОВ НИОКР / Е. А. Тамахина // СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЯВЛЕНИЯ И ПРОЦЕССЫ. – 2011. – № 1-2. – С. 213-217.

УДК 658.713

doi:10.18720/SPBPU/2/id25-280

Харченко Светлана Александровна

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

*kharchenkosveta04@mail.ru***МОДЕЛИРОВАНИЕ ПРОЦЕССА ЗАКУПОК С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ
ИНСТРУМЕНТА ЭЛЕКТРОННЫЙ МАГАЗИН**

Аннотация. В работе рассматривается вопрос осуществления закупочной деятельности посредством инструмента электронный магазин в рамках Федерального закона от 18 июля 2011 г № 223 «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц». В условиях цифровизации многие организации сталкиваются с необходимостью адаптации своих закупочных процессов при этом испытывают трудности в понимании механизма взаимодействия участников в электронном магазине. В рамках исследования была проанализирована нормативно-правовая документация, так как закупочный процесс требует соблюдения норм и правил, установленных законодательством. Были рассмотрены ключевые аспекты, преимущества инструмента и проблемы с которыми сталкиваются организации. В результате работы была разработана модель закупок через электронный магазин на основе IDEF0. Полученные результаты могут быть использованы организациями, рассматривающими электронный магазин как инструмент для автоматизации своих закупочных процессов.

Ключевые слова: закупки, закупочная деятельность, электронный магазин, моделирование.

Svetlana A. Kharchenko

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

kharchenkosveta04@mail.ru

MODELING OF PROCUREMENT PROCESS USING E-SHOP TOOL

Abstract. The paper considers the issue of procurement activities through the tool of e-shop within the framework of the Federal Law of July 18, 2011 № 223 “On the procurement of goods, works, services by certain types of legal entities”. In the conditions of digitalization, many organizations face the need to adapt their procurement processes, while experiencing difficulties in understanding the mechanism of interaction between participants in electronic stores. As part of the study, the regulatory and legal documentation was analyzed, as the procurement process requires compliance with the rules and regulations established by law. The key aspects, advantages of the tool and problems faced by organizations were considered. As a result of the work, an IDEF0 based model of procurement through e-store was developed. The results obtained can be used by organizations considering e-shop as a tool to automate their procurement processes.

Keywords: procurement, procurement activities, e-shop, modeling.

Введение

В условиях стремительного развития цифровых технологий в совокупности с высокой сложностью нормативных документов применение современных инструментов закупок приводит к повышению длительности процедур и повышает значимость человеческого фактора, который в организационных системах играет важную роль. Одним из возможных решений данной проблемы является разработка модели, которая повысит степень понимания сущности процесса закупки. Практическая значимость работы состоит в том, что она может быть использована организациями при проведении закупочной процедуры посредством инструмента электронный магазин.

Задачами исследования являются: анализ нормативно-правовых актов на предмет описания процесса закупки по принципу электронный магазин; анализ преимуществ инструмента и проблем, с которыми сталкиваются организации; синтез полученной информации и моделирование процесса закупки с использованием инструмента электронный магазин.

Результаты

С 1 июля 2022 года в рамках Федерального закона от 18 июля 2011 г № 223 «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» [1] в силу вступило постановление Правительства Российской Федерации от 16.12.2021 № 2323 «О внесении изменения в Положение об особенностях участия субъектов малого и среднего предпринимательства в закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц, годовом объеме таких закупок и порядке расчета указанного объема, утвержденное постановлением

Правительства Российской Федерации от 11 декабря 2014 г. N 1352»[2]. Постановление дало право заказчикам проводить закупки для субъектов малого и среднего предпринимательства (СМСП) по средствам электронного магазина.

Электронный магазин является одним из методов организации закупочных процедур. Хотя такие закупки относятся к категории неконкурентных, они ориентированы на привлечение неограниченного числа участников, что делает процесс публичным и открытым. В своем положении о закупки товаров, работ услуг заказчик должен определить порядок проведения данной процедуры с учетом технических особенностей электронного магазина [3].

Электронный магазин закупок предоставляет преимущества как заказчикам, так и поставщикам. Во-первых, информационная открытость и прозрачность. Во-вторых, такая система закупок упрощает взаимодействие между заказчиком и поставщиком, сокращает бумажный документооборот, ускоряет закупочную процедуру [4].

Однако также существуют недостатки электронного магазина. Некоторые поставщики не используют современные коммуникационные технологии. Д. О. Иванова считает, что одна из главных трудностей, с которой сталкиваются заказчики – это корректное описание способа закупки посредством электронного магазина в своем положении о закупке [5]. Организации, которые только хотят совершать свои закупочные процедуры посредством электронного магазина, сталкиваются с главной проблемой – это отсутствие понимания работы с инструментом, ввиду его относительной новизны и недостаточного описаний практик применения.

Закупка у СМСП проходит по принципу отбор коммерческих предложений. Заказчик размещает информацию о закупке, а затем выбирает лучшее коммерческое предложение. Для визуализации данного процесса была построена модель в нотации IDEF0 (рисунок 1).

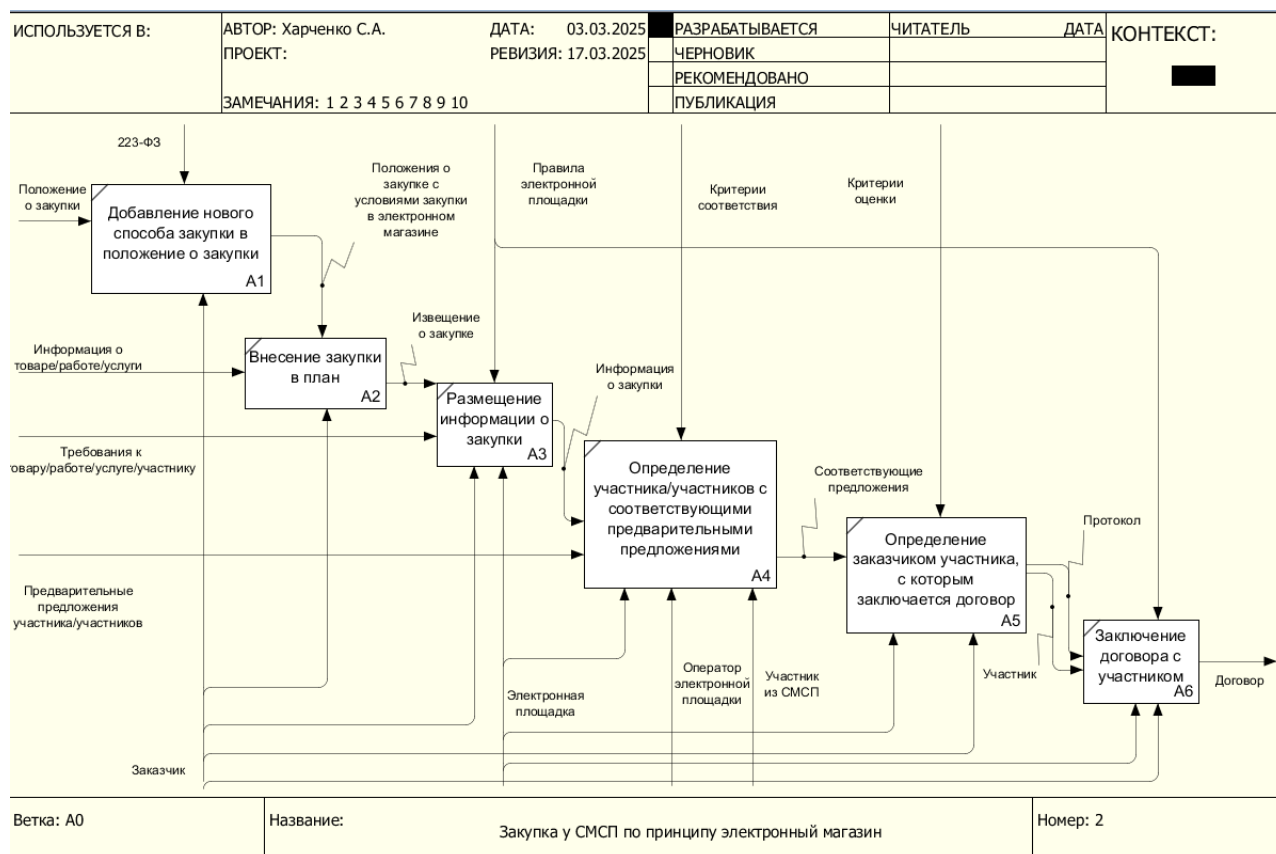


Рисунок 1 – Контекстная диаграмма уровня A0 процесса закупок у СМСП по принципу электронный магазин

Из декомпозированной контекстной диаграммы видно, что для того, чтобы осуществить процесс закупки у СМСП по принципу электронный магазин необходимо осуществить 6 этапов:

1. Добавить новый способ закупки через электронный магазин в положение о закупке. При этом необходимо прописать порядок и основания применения такого вида закупки у единственного поставщика;
2. Включить информацию о закупке в план. Подготовить извещение и документацию о закупке, в которой будет прописана информация об организаторе, об объекте, о процедуре, также там указываются требования к участникам и техническое задание;
3. Опубликовать информацию о закупке, создав закупку, заполнив форму и прикрепив всю необходимую документацию. После заполнения всех сведений нужно опубликовать извещение, тогда закупка появится в реестре и начнется отбор коммерческих предложений участников;
4. Определить участников с соответствующим предварительным предложением. Отбор проводит оператор электронной площадки, а затем отправляет заказчику актуальный список;

6. Заказчик определяет участника, с которым будет заключен договор согласно критериям, которые установлены в положении, документации. Итоги закупки и протокол заказчик публикует на электронной площадке;

7. После выбора победителя между участниками процедуры заключается договор.

Разработанная референтная модель процесса закупок у СМСП по принципу электронный магазин имеет практическую значимость, так как может использоваться организациями при проведении закупочной процедуры.

Заключение

В ходе работы были рассмотрены особенности закупок с использованием инструмента электронный магазин. В результате работы смоделирован процесс закупок через электронный магазин по принципу отбор коммерческих предложений. На следующем этапе работы будет разработана модель процесс закупок для организации, которая будет опираться на результаты, полученные в рамках данного исследования.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 18 июля 2011 г. N 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» // СПС «КонсультантПлюс»: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_116964/ (дата обращения: 17.03.2025).

2. Постановление Правительства РФ от 16.12.2021 N 2323 «О внесении изменения в Положение об особенностях участия субъектов малого и среднего предпринимательства в закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц, годовом объеме таких закупок и порядке расчета указанного объема, утвержденное постановлением Правительства Российской Федерации от 11 декабря 2014 г. N 1352»// СПС «КонсультантПлюс»: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_116964/ (дата обращения: 17.03.2025).

3. Алгоритм закупки. Важные аспекты ее проведения [Электронный ресурс]// ЭТП ГПБ URL: https://etpgpb.ru/posts/6221-algorithm_zakupki_vazhnye_aspekty_ee-provedeniya/ (дата обращения: 17.03.2025).

4. Меденко В. А. Преимущества электронного магазина государственных закупок / В. А. Меденко // Научные записки НГУЭУ. – 2022. – № 2. – С. 40-41.

5. Иванова Д. О. Закупки через электронный магазин как вид торгов для отдельных видов юридических лиц / Д. О. Иванова // Современные тенденции развития управления и производства в условиях цифровизации : Материалы IV Международной научно-практической студенческой конференции, Москва, 29–30 октября 2024 года. – Москва: Академия управления и производства, 2024. – С. 405-408.