

Майстренко Олексій Андрійович
студент кафедри менеджменту та адміністрування
Національний університет харчових технологій

Майстренко Алексей Андреевич
студент кафедры менеджмента и администрирования
Национальный университет пищевых технологий

Maistrenko Oleksii Andriyovych
student of department of management
National university of food technologies

ЛОГІСТИЧНІ АСПЕКТИ ПОБУДОВИ ЕФЕКТИВНОЇ СХЕМИ ВЗАЄМИН ПІДПРИЄМСТВА З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОСТРОЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ СХЕМЫ ВЗАЕМООТНОШЕНИЙ ПРЕДПРИЯТИЯ С ПОСТАВЩИКАМИ

LOGISTICAL ASPECTS OF EFFECTIVE SUPPLIER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Анотація. Досліджено теоретичні та практичні аспекти логістичного підходу до формування ефективних відносин із постачальниками на підприємстві.

Ключові слова: закупівельна логістика, постачання, SRM, електронна система постачання.

Аннотация. Исследованы теоретические и практические аспекты логистического подхода к формированию эффективных взаимоотношений с поставщиками на предприятии.

Ключевые слова: логистика закупок, поставки, SRM, электронная система поставок.

Summary. The theoretical and practical aspects of forming supplier relationship management system in logistics of an enterprise.

Key words: purchasing logistics, procurement, SRM, e-procurement system.

В умовах сучасного ринкового середовища суб'єкти господарювання зосереджують свою увагу на пошуку методів та інструментів, які б дозволяли покращити функціонування підприємства як в цілому, так і за його ключовими підсистемами. Серед них особливе місце посідає логістика постачання, яка, з позицій системного підходу, дає змогу зменшити витрати виробництва, що пов'язані з рухом елементів матеріального потоку підприємства [1, с. 32].

Логістичне управління поставками сировини та матеріально-технічних ресурсів є структурним елементом у системі логістичного управління підприємством й базується на використанні системного, стратегічно орієнтованого підходу до управління логістикою постачання. В ході дослідження було виявлено, що тоді як багатьма науковцями та авторами були

визначені методологічні підходи до логістики постачання, питання побудови ефективної схеми взаємин з постачальниками у логістичній системі вітчизняних підприємств вимагають подальшого опрацювання саме у напрямі розроблення відповідного механізму.

На нашу думку, для ефективного логістичного управління поставками сировини та матеріально-технічних ресурсів особи, які займаються даними питаннями повинні володіти фактичною, своєчасною та правдивою інформацією. Це означає, що на безпосередньо на підприємстві, а також зі своїми контрагентами необхідно сформувати ефективну інформаційну систему, з метою взаємодії та обміну необхідною інформацією у ланцюзі поставок. Дана інформаційна система має не тільки забезпечувати рух інформаційних потоків, а й автоматизувати або максимально

оптимізувати більшість функцій логістичного управління закупівлями та поставками.

З метою вдосконалення закупівельної логістики підприємства, управління взаємовідносинами з постачальниками в ідеалі має перейти від оперативного до стратегічного рівня, що забезпечує створення нового формату відносин, спрямованих на створення синергетичного ефекту від взаємин «постачальник-підприємство-покупець». Тому в останні роки усе більше уваги приділяється дослідженню управління взаємовідносинами з постачальниками через призму інтересів кінцевого споживача [2, с. 88]. На нашу думку, згідно з вищезгаданими тенденціями підприємствам доцільно при формуванні взаємовідносин із постачальниками використовувати концепцію партнерства. Важливо доповнити, що довгострокові відносини з постачальниками, закріплені відповідними угодами та домовленостями, характеризуються не тільки довірою між партнерами, а й підвищеною увагою до якості співпраці з обох боків та інноваційністю.

Під час дослідження різноманітних схем взаємовідносин із постачальниками, які мають місце на підприємствах, було визначено ряд типових проблем, що часто виникають у зв'язку з відсутністю осередкованої системи управління такими відносинами. Серед них: відсутність аналізу витрат при виборі конкурентних постачальників; відсутність взаємозв'язків між бізнес-процесами кінцевих споживачів і процесами закупівлі відділу логістики; низька ефективність і величезні витрати часу, пов'язані з процесом аналізу розцінок постачальників по телефону або поштою, які здійснюються менеджерами з продажу та заступниками з матеріально-технічного постачання; наявність великої кількості неінтегрованих один між одним рішень та дій з приводу постачання, кожне з яких вимагає дозволів керівництва, додаткових витрат часу для синхронізації даних, породжує конфліктні ситуації.

У рамках розробки рекомендацій щодо побудови ефективної схеми взаємин підприємства з постачальниками пропонується впроваджувати комплекс SRM (з англ. Supplier Relationship Management) та зарекомендовану систему електронного постачання [5, с. 263]. Такі заходи, на наш погляд, мають суттєво підвищити ефективність та прозорість закупівель та перевести відносини з постачальниками у стратегічний довгостроковий розріз. Проведене дослідження на основі порівняльного аналізу свідчить, що програмне забезпечення покликане об'єднати в уніфікованому користувацькому інтерфейсі дані про уся закупівельну діяльність підприємства, тобто про постачальників, вартості поставок, ціни на матеріали, ефективність поставок та інші показники. Окрім вирішення вищезазначених проблем, впровадження системи SRM та-

кож має потенціал принести додаткові вигоди підприємству, а саме:

- знизити вартості закупаюваних сировини і матеріалів за рахунок тендерів і зворотних аукціонів;
- скоротити витрат часу на закупівельні процедури і збільшення прибутку за рахунок скорочення разових закупівель, зниження закупівельних цін, отримання додаткових бонусів від постачальників завдяки підписання довгострокових угод;
- підвищити прозорість процесу вибору постачальників і витрат на закупівлю за рахунок повного документування всього закупівельного процесу;
- зменшити кількість випадків роботи з єдиним постачальником за завищеними цінами;
- дозволити оперативне виявлення відділом постачання та менеджерами з продажів акційних пропозицій та істотних знижок від постачальників;
- впровадити інтуїтивно-зрозумілі on-line сервіси самореєстрації постачальників, які дозволяють передоручити управління інформацією про постачальників самим постачальникам, знизивши рутинне навантаження відділу постачання;
- вибудувати пріоритетні відносини в роботі зі стратегічно важливими постачальниками, що забезпечують найкращі умови і якість, дотримуючись принципів партнерства [8, с. 318].

Прогнозовані показники впровадження зазначених заходів дають змогу стверджувати, що вони можуть суттєво збільшити чистий дохід (виручку) від реалізації продукції підприємства та загальну суму чистого прибутку, а також підвищити показники рентабельності підприємства до 23% [7]. За даними дослідження, впровадження системи управління відносинами з постачальниками на підприємстві може вплинути також на якість виконання замовлень підприємства (завдяки вчасності та якості поставок матеріалів), що дозволить підвищити обсяг реалізації продукції у межах 1–3% шляхом суттєвого підвищення рівня контролю над закупівлями, зниження витрат за рахунок зменшення вартості товарів і послуг. Збільшення обсягів реалізації забезпечується завдяки тому, що поставки стають вчаснішими та доцільнішими, а підприємство встигає виконувати більше замовлень за аналогічний період.

Важливо зазначити, що світовий досвід впровадження SRM свідчить, що в результаті відбувається істотне зниження витрат компанії, в тому числі скорочення складських запасів — до 20%, і скорочення закупівельних цін — до 10% [8; с.322]. Утім, введення запропонованих заходів на підприємствах потребує ретельного управлінського забезпечення. Перш за все керівництво підприємства повинно визначити необхідні цілі щодо економії витрат як в параметрах категорії

закупівель, так і постачальників, з якими він повинен взаємодіяти. Наступний етап — отримання докладної карти ефективності закупівельних процесів в ланцюзі постачань, яка показує всі значущі КРІ, за річний період закупівельної діяльності. Завдяки обраному програмному забезпеченню, звіт щодо закупівельної

діяльності за минулий період може бути доступний після заведення відповідних даних у базу програми. Третім етапом є контроль підприємством тих ділянок ланцюга поставок, на яких спільно реалізовуватиметься технологія SRM, і ранжування відповідних закупівельних процесів за ступенем важливості.

Література

1. Волинчук Ю. В. Логістичне управління процесом постачання на підприємствах / Ю. В. Волинчук, І. О. Куделя // Економічні науки. Серія: Регіональна економіка. — 2013. — Вип. 10. — С. 32–38.
2. Балабаниць А. Управління відносинами з постачальниками на основі концепції маркетингу взаємодії // Вісн. Тернопільськ. нац. економ. ун-ту. — 2008. — Вип. 1. — С. 87–92.
3. Балабанова Л. В. Комерційна діяльність: маркетинг і логістика: навч. посіб. / Л. В. Балабанова, А. М. Германчук. — К.: Професіонал, 2004. — 288 с.
4. Волинчук Ю. В. Логістичне управління процесом постачання на підприємствах / Ю. В. Волинчук, І. О. Куделя // Економічні науки. Серія: Регіональна економіка. — 2013. — Вип. 10. — С. 32–38.
5. Междибовська Н. С. Електронне постачання: правила досягнення успіху / Н. С. Междибовська // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. — 2011. — № 1 (4). — С. 261–265.
6. Мороз О. В. Системні фактори ефективності логістичної концепції постачання на підприємствах: монографія / О. В. Мороз, О. В. Музика; Вінницький національний технічний ун-т. — Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2007. — 165 с.
7. NextBuy24 — purchasing platform [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <http://www.nextbuy24.com/>.
8. Солодка О. В. Реінжиніринг логістичних бізнес-процесів як спосіб їх вдосконалення / О. В. Солодка // Вісн. Нац. ун-ту «Львівська політехніка»: Логістика. — 2010. — № 669. — С. 317–322.