

**Економічні науки**

УДК 656.078.12

**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 замаються 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 іноваційністю.

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 зарекомендовані системи 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 також має потенціал принести додаткові вигоди підприємству, а саме:

- знизити вартості закупаваних 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;
- вибудовувати 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.*