

УПРАВЛЕНИЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С ПОСТАВЩИКАМИ

Прокофьева С.А., студентка 3 курса
факультета экономики, менеджмента и торговли
Научный руководитель – Штезель А.Ю.,
кандидат экономических наук, доцент
ФГБОУ ВО КФ РЭУ им. Г.В. Плеханова

Ключевые слова: поставщик, прибыль, управление взаимоотношениями, SRM-система, товар, поставка

В статье рассматриваются современные способы управления взаимоотношениями с поставщиками, обосновывается необходимость тщательного подбора и оценки поставщиков при осуществлении закупочной деятельности, раскрывается сущность и структура SRM-системы.

Введение. С каждым годом конкуренция в бизнес-среде растет. В следствие этого предпринимателям всё чаще приходится учиться применять стратегические подходы в управлении своей деятельностью.

Высокая рентабельность любой компании, главным образом, достигается за счет снижения издержек, которые связаны с закупкой товаров, услуг и материалов. Стоит отметить, что при этом качество закупаемой продукции не должно снижаться. Так, ключевым фактором в производстве является выбор такого поставщика, который готов своевременно и бесперебойно обеспечивать компанию товарно-материальными ценностями (ТМЦ) соответствующего качества, поэтому необходимо выбирать высококвалифицированных поставщиков, строить с ними взаимовыгодные и устойчивые партнерские отношения [1].

Цель работы. Проанализировать сущность и главную необходимость управления взаимоотношениями с поставщиками, а также современные способы управления.

Результаты исследований. Управление взаимоотношениями с поставщиками (Supplier Relationship Management, далее SRM) подразумевает взаимодействие и управление сторонними поставщиками, которые предоставляют товары, материалы и услуги организации.

Система направлена на выбор поставщиков, новых видов продукции при ситуации альтернативного выбора, реализацию процесса закупок, а также мониторинг и оценку деятельности поставщиков.

Поставщики оказывают большое влияние на многие протекающие в компании процессы, в том числе на увеличение доходов [3]. Работа с надежным и качественным поставщиком может положительно сказываться на деятельности организации. В то время как ненадежные поставщики затрудняют и замедляют процесс работы, оказывая при этом негативное влияние на клиентов и потребителей предприятия.

SRM–система рассматривается как комплекс взаимосвязанных мероприятий, основными задачами которой являются:

- систематический мониторинг рынка новых товаров (услуг);
- поиск, оценка и создание базы поставщиков;
- развитие потенциальных поставщиков;
- оценка рыночной и финансовой устойчивости поставщиков;
- проведение переговоров с поставщиками;
- мониторинг эффективности функционирования поставщиков;
- автоматическая обработка заказов и др.

SRM-система позволит улучшить закупочную деятельность с помощью создания базы данных, связанную с работой с поставщиками и их материальными ресурсами [2].

Наличие долгосрочных, доверительных отношений с зарекомендовавшими себя поставщиками должно быть основной целью любого бизнеса, который стремится добиться успеха на рынке. К принципам, положительно влияющим на создание таких отношений, относятся:

1. Отношения с партнерами-поставщиками должны заключаться не только в финансовом плане, но и основываться на доверии и лояльности.

2. Технологии упрощают управление отношениями с поставщиками. Инвестируя в программное обеспечение для управления поставщиками, можно отслеживать информацию о поставщиках в одном месте. Расширенное программное обеспечение для управления заказами может быть использовано для создания, обработки и отслеживания заказов также и у поставщиков.

3. Своевременные выплаты удерживают поставщиков от отказа сотрудничества с компанией. С надежными клиентами всегда легче работать, особенно, когда такие временные условия выполняются с обеих сторон.

4. Периодически информируя своих поставщиков о планах и стратегиях организации, поддерживая прочную и регулярную связь, можно добиться крепких и долгосрочных отношений, которые будут приносить выгоду всем участвующим в этой цепи контрагентам.

5. Хорошо задокументированное соглашение об отношениях с поставщиками уменьшит вероятность путаницы или споров. Часто хорошей идеей является создание блок-схемы или колоды, которые объясняют процесс работы сотрудникам, чтобы каждый знал свои обязанности и мог понять, что не так в рабочем процессе.

6. Необходимо всегда оценивать риски работы с каждым из поставщиков, нужно знать абсолютно всю возможную информацию о них, чтобы в будущем не возникло проблем. Особенно это касается организаций со сложной цепочкой поставок [4].

7. Отдельный процесс SRM, включающий целый отдел для управления отношениями с поставщиками, специальный менеджер по работе с поставщиками, имеет важное значение. Ведь наличие людей в организации, которые несут ответственность за SRM создает более прочную связь с поставщиком, где обе стороны заинтересованы в максимальных результатах.

Заключение. Если компания хочет быть успешной, она не должна недооценивать управление отношениями с поставщиками. Каждая копейка, сэкономленная в эффективном управлении поставщиками, идет прямо в прибыль. Наличие процесса, следование наилучшей практике и использование программного обеспечения для управления расходами помогает упростить управление отношениями с поставщиками. В таком случае сотрудники получают четкие

рекомендации по закупкам и могут тратить больше времени на выполнение своих ключевых обязанностей.

Библиографический список:

1. Арбенина, Т. И. Управление взаимоотношениями с поставщиками предприятия АО «Евраз НТМК» / Т. И. Арбенина, А. С. Пиркина // Аллея науки. – 2018. – Т. 6, № 10(26). – С. 624-628. – EDN YTRLQL.
2. Краснова, С. В. SRM-система как инструмент управления взаимоотношениями на промышленных предприятиях / С. В. Краснова // . – 2019. – № 10. – С. 34-38. – EDN FWHBNZ.
3. Проблемы и перспективы развития промышленности России: сборник материалов Международной научно-практической конференции. 30 марта 2017 г. / под ред. А. В. Быстрова. – Москва: ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2017. – С. 331-333
4. 10 стратегий по управлению взаимоотношениями с поставщиками (SRM), 2019 [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://fogsoft.ru/pres_s_center/articles/10-stratigij-po-upravleniyu-vzaimootnosheniyami-s-ostavshikami/ (дата обращения 01.03.2023)

SUPPLIER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Prokofyeva S.A.

Keywords: *supplier, profit, relationship management, SRM system, product, delivery*

The article discusses modern ways of managing relationships with suppliers, justifies the need for careful selection and evaluation of suppliers in the implementation of procurement activities, reveals the essence and structure of the SRM system.