

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАКУПКАМИ И ПОСТАВКАМИ

Игнатъева Е.Э., студент

Научный руководитель – Вакулич Н.А., ст. преподаватель
каф. «ЭТЛ»

Брестский государственный технический университет
г. Брест, Республика Беларусь

Руководители многих предприятий давно заметили, что планирование связей с рынком поставщиков имеет такое же важное значение для успешного функционирования, как и планирование рынка сбыта. Интенсивное конкурентное давление вынудило компании пересмотреть свой подход к управлению поставщиками и их базой поставок. Повышенное внимание к ключевым компетенциям и сопутствующий рост аутсорсинга компонентов и услуг также сделали больший акцент на управлении поставщиками. Таким образом, закупки все чаще рассматриваются как стратегическое оружие, сосредоточенное на его способности создавать отношения сотрудничества для получения преимуществ фирмы. Партнерские отношения с поставщиками могут оказывать сильное положительное влияние на результаты деятельности фирмы за счет развития совместных ресурсов и обмена ценными знаниями с этими отдельными партнерами. Можно выделить 3 основных метода стратегического управления закупками и поставками:

1. Социализация – это уровень взаимодействия и коммуникации различных субъектов внутри и между фирмами, который приводит к построению личного знакомства, улучшению коммуникации и решению проблем;
2. Интеграция с поставщиками – это эффективная стратегия повышения эффективности бизнеса, которая оказывает длительное воздействие на конкурентоспособность всей цепи поставок;
3. Гибкость базы поставщиков – отражает степень, в которой ключевые поставщики фирмы способны адаптироваться к потребностям покупателя.

В Республике Беларусь предприятия стараются уделять должное внимание планированию связей с рынком поставщиков для успешного функционирования в отрасли.