

Печенюк Андрій

к.е.н., доцент

Мушеник Ірина

к.е.н., доцент

Подільський державний аграрно-технічний університет
м. Кам'янець-Подільський

ПЕРЕВАГИ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА CSRP

В умовах глобалізації світової економіки загострюється конкурентна боротьба між підприємствами-товаровиробниками. Підвищення рівня конкурентоспроможності сучасної фірми потрібно розглядати як довготерміновий послідовний процес пошуку та реалізації управлінських рішень у всіх сферах її діяльності, здійснюваний планомірно, відповідно до обраної стратегії довготермінового розвитку, з урахуванням змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі самого підприємства, і оперативним внесенням відповідних коректив [3].

У світі жорстокої конкуренції, де виробничі та цінові переваги швидкоплинні, коли смаки покупців змінюються дуже швидко, створення стійких конкурентних переваг здається недосяжним. Виробники повинні пам'ятати, що основною метою їх діяльності є не створення цінових переваг або передових технологій, мета – завоювання і утримання покупців.

Сучасні менеджери повинні приймати нові моделі бізнесу, які фокусують кожен підрозділ фірми прямо на споживача, зосереджуючи свою діяльність навколо діяльності покупця [6].

Інформація про стан і розвиток ринку, про його закономірності необхідна для розробки відповідної політики на стратегічному і тактичному рівнях. Щоб правильно управляти вартістю товару, щоб розуміти, скільки коштує просування, виробництво та обслуговування товару даного типу, необхідно враховувати всі елементи його функціонального життєвого циклу, а не тільки виробництва, як у всіх стандартних системах [4].

Для реалізації нових вимог потрібні нові інструменти. В результаті цього з'явилася нова модель бізнесу – планування ресурсів, синхронізоване з покупцем (CSRP, Customer Synchronized Relationship Planning), яка в більшій мірі визначає діяльність підприємства зі створення конкретного продукту, потрібного «тут і зараз» конкретному споживачу.

Концепція CSRP – це концепція управління ресурсами підприємства, орієнтована на потреби споживачів і враховує не тільки основні виробничі і матеріальні ресурси, а й усі ті ресурси, які зазвичай розглядаються як допоміжні, тобто ресурси усього життєвого циклу товару. Це всі ресурси, споживані під час маркетингової роботи з клієнтом, післяпродажного обслуговування, перевалочних і обслуговуючих операцій тощо [1].

Результати ефективного застосування CSRP – це підвищення якості товарів, скорочення періоду постачання, підвищення споживчої цінності продукції тощо, але що більш важливо, це розвиток інфраструктури для створення

індивідуальних рішень, покращення зворотного зв'язку з покупцями і підвищення рівня сервісу для покупця. Це не технологічна ефективність, яка забезпечує лише тимчасову конкурентну перевагу, це здатність створювати продукти, що задовольняють різноманітним потребам покупця і кращий сервіс, тобто – отримання стійкої конкурентної переваги [4].

При використанні моделі CSRP робота з клієнтами стає важливою ланкою діяльності підприємства, центром управління всією організацією. При цьому підрозділ технічної підтримки відповідає за доведення необхідної інформації про покупців до виконавчих центрів організації [2].

Реалізація концепції CSRP на конкретному підприємстві дозволяє управляти замовленнями клієнтів і всією роботою з ними на порядок оперативніше, ніж це було можливо раніше. Стає можливим щогодинне зміна графіка поставок. CSRP зміщує акцент уваги з планування виробництва на планування замовлень покупців. Бізнес-процеси підприємства синхронізуються з діяльністю покупців [1].

Впровадження CSRP повинно включати такі етапи:

- 1) оптимізація виробничої діяльності;
- 2) інтеграція покупця з основними плануючими і виробничими підрозділами;
- 3) впровадження відкритих технологій для здійснення такої інтеграції [5].

Переваги використання систем класу CSRP:

- зростання споживчої цінності продукції, що досягається шляхом зосередженості компанії на кон'юнктурі ринку;
- гнучке пристосування до кон'юнктури ринку, що забезпечується удосконаленням виробничого планування: зміни в замовленні покупця автоматично призводять до змін у замовленнях постачальникам тощо;
- зміцнення конкурентних позицій підприємства, що забезпечується координацією бізнес-процесів з покупцями завдяки доступу в реальному часі до точної інформації про замовлення покупців;
- підрозділи планування можуть динамічно змінювати групування робіт, послідовність виконання замовлень, укладення субконтрактів для поліпшення обслуговування покупців і зниження собівартості продукції;
- підвищення якості товарів, так як засоби підтримки покупців об'єднуються з ключовими додатками планування, виробництва і управління. Необхідна інформація про покупців і товари заздалегідь поставляється підрозділам, відповідальним за виробництво, збут, дослідження і розвиток;
- технології, засновані на WWW, розширюють можливості підтримки покупців, включаючи віддалений, цілодобовий сервіс за принципом самообслуговування [1].

У цілому, застосування бізнес-методології управління ресурсами CSRP дає змогу компанії впевнено себе почувати навіть в умовах істотної нестабільності ринку та швидко мінливого макроекономічного оточення.

Список використаних джерел

1. CSRP (планирование ресурсов, синхронизированное с потребителем). –

[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fort-knox.ru/ponyatie-i-sushchnostj-elektronnoj-kommertsii/bazovye-tehnologii-elektronnoj-kommertsii/avtomatizirovannye-sistemy-upravleniya-resursami-predpriyatiya/csrp-planirovanie-resursov-s-potrebitелем.html> (дата звернення 17.11. 2013 р.).

2. Кузьмин К.А. CSRP (Customer Synchronized Resource Planning) / К.А. Кузьмин. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://kuzmin-ka.ru/kis/standart_kis/CSRP/ (дата звернення 17.11. 2013 р.).

3. Міценко Н.Г. Конкурентоспроможність і конкурентні переваги підприємства в сучасних ринкових умовах / Н.Г. Міценко, О.С. Смик // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.3. – С. 243–247.

4. Новак В.О. Інформаційні системи в менеджменті / В.О. Новак, В.В. Матвеев, В.П. Бондар, М.О. Карпенко. – К.: Каравела, 2010. – С. 364–373.

5. Ободзинська Т.В. CSRP – сучасна концепція управління ресурсами підприємства / Т.В. Ободзинська, Л.В. Кривко // Економічний простір. – 2011. – № 46. – С. 286–291.

6. Роза К. Еволюція розвитку інформаційних систем. Методологія CSRP / К. Роза. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://easy-code.com.ua/2012/08/evolyuciya-rozvitku-informacijnix-sistem-metodologiya-csrp-kommerciya-rizne-statti/> (дата звернення 17.11. 2013 р.).

