

12 мая 2025

Качество против скорости: 5 проблем закупок, которые решает автоматизация

Как инструменты автоматизации SRM позволяют оптимизировать управление поставками, ускорить работу и обеспечить контроль закупок на всех этапах? Разбираемся на примере пяти самых проблемных процессов: поиск и регистрация поставщика, управление ассортиментом и закупкой, а также работа с рекламациями.

По оценкам игроков рынка, затраты на закупку товаров и услуг могут достигать [от 25% до 65% выручки](#) компаний. При этом степень [цифровой зрелости](#) и автоматизации закупок промышленных предприятий пока не превысила 50%. Это значит, что половина компаний по-прежнему ведет закупочную деятельность вручную. Такой подход приводит к ошибкам в документации, срыву сроков поставок, переплатам за товары, излишним согласованиям и даже выгоранию сотрудников из-за рутинной работы.

Комплексная автоматизация сложных и длительных бизнес-процессов закупок позволяет компаниям сохранять гибкость в меняющейся рыночной среде и, согласно исследованиям консалтинговых компаний, может увеличить операционную прибыль или EBITDA на 3–5%. Например, Accenture



отмечают, что внедрение современных решений, таких как центры управления цепочками поставок (Supply Chain Control Towers), может привести к снижению логистических затрат на 3–5% и повышению эффективности труда на 10–20%, что в конечном итоге способствует росту операционной прибыли.

Один из способов автоматизации закупок — внедрение SRM-систем (Supplier Relationship Management). В зависимости от задач компании могут использовать решения разного масштаба: от порталов или веб-кабинетов поставщика до расширенных систем. Решения помогают управлять взаимодействием с поставщиками, повышать прозрачность закупочного процесса и минимизировать операционные риски, обеспечивая автоматизацию ключевых этапов. Так, например, программы помогают централизовать работу с поставщиками, включая их отбор, оценку надежности, согласование условий и контроль исполнения договоров. Рассмотрим на примерах, как они могут помочь бизнесу.

ПРОБЛЕМА 1. КАК И ГДЕ НАЙТИ ПОСТАВЩИКОВ

Два главных вопроса бизнеса в закупках — «У кого покупаем?» и «За сколько?». С этих вопросов начинается поиск потенциальных поставщиков. На этом этапе компании сталкиваются с рядом сложностей. Во-первых, валидация поставщиков и расчет стоимости могут занимать несколько недель. Во-вторых, без анализа рынка, основываясь на субъективных решениях, сложно выбрать наиболее выгодные предложения. Также данные

о партнерах нередко оказываются неактуальными или неполными, а большой объем ручных операций замедляет работу. В данном случае автоматизация возможна двумя способами: оптимизация работы с существующей базой поставщиков либо формирование новой базы с нуля.

В первом случае бизнесу актуально использовать портал поставщика, который позволяет поставщикам и закупщикам взаимодействовать в едином онлайн-пространстве. Инструменты портала могут автоматизировать рабочие задачи, на которые уходит до нескольких часов рабочего времени сотрудника ежедневно. Так, у поставщиков и закупщиков появляется личный кабинет по аналогии с онлайн-магазинами, в котором они могут планировать и оформлять некоммерческие закупки, рассылать запросы поставщикам и консолидировать предложения, обмениваться документами, работать с рекламациями. Удобство достигается за счет работы в рамках единого для всех участников процесса интерфейса, в котором данные подгружаются автоматически из связанных учетных систем. Закупщик заходит в личный кабинет, выбирает условный раздел «Запросы» и заполняет поля запроса на который затем консолидированно откликнутся поставщики, вместо ручного обзвона каждого с последующим обменом эксель-таблицами.

Во втором случае, если поиск еще предстоит, стоит рассмотреть комплексные SRM-системы. Их использование значительно сокращает время и снижает риски при выборе поставщика. Современные решения позволяют автоматизировать поиск с помощью семантического анализа информации и нейросетей, которые анализируют коммерческие предложения, рейтинги и отзывы. Это повышает точность отбора и минимизирует человеческий фактор.



Кроме того, многие SRM-платформы уже содержат базы проверенных поставщиков, что упрощает поиск надежных партнеров и ускоряет процесс принятия решений.

В обоих случаях автоматизация поможет систематизировать данные по всем поставщикам. Например, реквизиты, контакты, сертификаты, история взаимодействий и коммерческие предложения. Это упрощает поиск и анализ наиболее выгодного варианта, а также делает удобнее обновление информации о поставщиках в базе. Исследования игроков рынка показывают, что внедрение цифровых инструментов сокращает время на подбор поставщиков с 6 до 2 недель, то есть до 70%, и на 30% уменьшает трудозатраты менеджеров на поиск поставщика. Более того, инструментарий снижает требования ко входной квалификации закупщиков: сотрудникам проще обучиться и не нужно работать 20 лет, чтобы понять специфику отрасли. В условиях ограниченных кадров затраты на поиск и адаптацию сотрудников компаний.

ПРОБЛЕМА 2. КАК ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬ ПОСТАВЩИКА БЕЗ ОШИБОК

Регистрация поставщика — это некий процесс знакомства, который подразумевает подробный обмен юридической информацией: лицензиями, сертификатами, кредитной историей. Закупщик может запросить образцы продукции поставщиков для экспертизы и тестирования, а также первичное



коммерческое предложение. Традиционный подход — ручной: менеджеры обмениваются данными по почте или в мессенджерах. Это удлиняет цикл сделки с нескольких недель до нескольких месяцев, особенно если поставщик предоставил неполные данные. Например, нет актуальных условий поставок, информации о финансовой стабильности, репутации и так далее. Последнее становится одной из ключевых болевых точек этого этапа закупок. Компании часто страдают от нехватки актуальной информации о своих партнёрах: условиях поставок, финансовой стабильности, репутации.

Автоматизированные решения могут интегрироваться с внешними базами данных и использовать алгоритмы для анализа и оценки потенциальных и текущих поставщиков. Например, SRM-системы обмениваются информацией с госреестрами для проверки контрагентов. Данные распространяются между сотрудниками компании-закупщика централизованно, а подписание документов проводится через ЭДО. Система контролирует утверждение документов и отправляет уведомления заинтересованным сотрудникам. Это позволяет сократить время на сбор и обработку информации о поставщиках, а также обеспечивает бизнес более точными сведениями для выбора надежных партнеров. Поставщики оцениваются по таким параметрам, как кредитная история, надежность и репутация, сроки и качество выполнения заказов, юридическая чистота и другие. Данные, полученные нами в ходе реальных проектов, показывают, что автоматизация процесса регистрации поставщиков сокращает цикл сделки до нескольких дней. При этом в данном случае подойдет любое SRM-решение.

ПРОБЛЕМА 3. КАК ЭФФЕКТИВНО УПРАВЛЯТЬ АССОРТИМЕНТОМ

Работа с ассортиментом — сложная задача для закупщиков, когда речь идет о сотрудничестве с партнёрами с большим товарным каталогом, например, ритейлерами. Когда управление каталогом ведется вручную, компании сложно поддерживать прозрачность и актуальность информации. Например, разрозненные данные, которые хранятся в таблицах, почтах сотрудников и локальных базах приводят к путанице в процессе согласования между подразделениями компании. Ручное обновление данных в каждой базе, повышает риск ошибок из-за человеческого фактора. Случайное дублирование позиций ведет к росту остатков на складах. Зачастую бизнес может уже использовать внутренние системы учета, например, ERP, PIM. Однако, в большинстве случаев, это системы с закрытым контуром, которые не позволяют делегировать работу с каталогом внешним участникам.

Использование SRM дает поставщикам возможность самим управлять данными о товарах за счет интеграции с их внутренними системами. Так, SRM автоматически обновляет цены, остатки и технические параметры продукции поставщика. Данные о товарах изменяются в реальном времени при минимальном участии менеджеров, необходимом для модерации продуктового контента. В системе доступна категоризация и фильтрация товара, что упрощает их поиск и выбор, снижает дублирование. Более того, SRM можно снабдить автоматическими рекомендациями, которые позволят стимулировать продажи определенных позиций и в целом ускорить процесс

закупки. Для небольших поставщиков также выгодно поддерживать актуальность данных о товарах, поскольку это может быть условием попадания на полки более крупных игроков, сетей или ритейлеров. Наш опыт внедрения автоматизированных систем показывает, что процесс закупок может ускориться в 3 раза, если работа с каталогом будет централизована.

ПРОБЛЕМА 4. КАК КОРРЕКТНО УПРАВЛЯТЬ ЗАКУПКОЙ

Работа с запросами ценовых предложений и со сформированными заказами — благодатное поле для автоматизации, поскольку именно на уточняющую операционную коммуникацию между поставщиков и закупщиком уходит больше всего времени. Например, по статистике, у 91% компаний заявки на потребность [проходят](#) через утверждение внутренних служб. При этом, обычно этот процесс регламентирован, но не всегда автоматизирован (77%). Сбор и анализ коммерческих предложений, выбор и уведомление победителя, размещение заказов, выбор дат поставки и отгрузки, отслеживание доставки, обработка счетов, выгрузка актов и закрывающих документов. Когда эти процессы выполняются вручную в почте и мессенджерах, они занимают до нескольких часов в день и провоцируют наибольшее число ошибок.

Цель порталных ИТ-решений в данном случае — сделать так, чтобы сотрудник мог максимально эффективно и быстро решить рабочую задачу. Когда большинство простых операционных действий автоматизируется, это

значительно повышает лояльность поставщиков, мотивацию сотрудников, а также сокращает сроки снабжения (на 50–70%), снижает ошибки из-за человеческого фактора (на 30-50%) и операционные издержки.

Например, автоматизированная регистрация поставщиков в SRM исключает необходимость вручную заполнять и проверять анкеты — система интегрируется по API с доступными государственными реестрами, ускоряя тем самым процесс. Другой пример — автоматическое согласование заказов: вместо многократного обмена письмами SRM позволяет поставщику оперативно подтверждать заказы в личном кабинете, а система автоматически проверяет цены, условия доставки и доступность товара, минимизируя задержки и риск несоответствия.

ПРОБЛЕМА 5. КАК СВОЕВРЕМЕННО РЕАГИРОВАТЬ НА РЕКЛАМАЦИИ И ПРЕТЕНЗИИ

Закупщик может оформить претензию поставщику по разным причинам: просроченная или только частичная поставка, дефекты, брак, излишки, пересорт, несоответствие артикулов или цен, неверная документация. Это обусловлено репутационными и финансовыми рисками, которые несут закупщики. Например, без нужных поставок сырья может остановиться производство и компания не выполнит заказ или придётся срочно искать новых поставщиков.

На этом этапе автоматизация помогает оперативно обрабатывать претензии контролировать их отработку: закупщики формируют рекламации в рамках SRM-системы и транслируют ее поставщику, который отправляет ответ в том же едином окне. Процесс сопровождается своевременными оповещениями со статусами изменений. Также системы могут формировать рекламации или выставлять штрафные санкции автоматически при выявлении отклонений и при несвоевременном реагировании на претензии. Наконец, можно внедрить элементы геймификации и разработать рейтинги надежности, в которых поставщики с низким рейтингом будут получать меньше заказов.

ВЫВОД. ПЕРВЫЙ ШАГ ПОСЛЕ ВНЕДРЕНИЯ ПОРТАЛА ПОСТАВЩИКА ИЛИ SRM

Недостаточно внедрить SRM-систему и поделиться ссылкой на личный кабинет с поставщиками и отделом закупок. Донести ценность нового решения так же важно, как и разработать саму платформу, которая поможет сократить издержки закупочного процесса и путь к сделке. Поэтому после внедрения решения бизнес должен дополнительно сообщить всем участникам о нововведении, провести обучение, если нужно — консультировать сотрудников персонально. Необходимо сделать так, чтобы проводить закупку через SRM было выгодно обеим сторонам: поставщики будут получать бонусы, высокий рейтинг, больше заказов, а закупщики надёжных партнёров, выгодные условия и своевременные поставки.