

РОЗДІЛ 1

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 658.8

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/4-98-1>Білик І. І.
Клімчук О. В.

Національний університет «Львівська політехніка»

ІННОВАЦІЇ ЧЕРЕЗ ПАРТНЕРСТВО — ВПЛИВ SRM НА РОЗВИТОК ПРОДУКТІВ ТА ПОСЛУГ

Стаття зосереджується на дослідженні та аналізі теоретичних підходів, практичних прикладів та результатів досліджень, спрямованих на визначення важливості стратегічного управління взаємовідносинами з постачальниками (SRM) як ключового інструмента для стимулювання інновацій та підвищення конкурентоспроможності підприємств у сучасному бізнес-середовищі. У процесі дослідження використано метод системного аналізу наукових джерел та літератури для оцінки впливу стратегічного управління взаємовідносинами з постачальниками на розвиток продуктів та послуг підприємств. Додатково використано проблемно-орієнтований підхід, абстрактно-логічні методи, а також методи аналізу, синтезу та узагальнення. Через аналіз теоретичних концепцій та практичних прикладів, а також наявних результатів досліджень, розкрито важливі аспекти впливу SRM на процеси розробки та впровадження інноваційних рішень у підприємствах. Висвітлено конкретні сценарії та методи, за допомогою яких SRM може сприяти підвищенню ефективності і стимулюванню росту підприємств.

Ключові слова: SRM, інновації, конкурентоспроможність, стратегічне управління, інструменти, програми.

Постановка проблеми. SRM (Supplier Relationship Management) виступає не лише як інструмент для постачальників, але й як стратегічний засіб для стимулювання інновацій у розробці продуктів та послуг. Впровадження SRM відкриває нові можливості для підприємства спільно з постачальниками створювати та вдосконалювати продукти та послуги. SRM дозволяє підприємствам об'єднати експертів та ресурси обох сторін для покращення новаторських ідей. Також, SRM надає можливість партнерам разом розробляти та тестувати нові продукти, що дозволяє швидше та ефективніше пристосовуватися до змін на ринку. Інноваційні технології можуть бути впроваджені швидше та ефективніше завдяки спільним зусиллям. Співпраця з постачальниками, які є експертами у своїй галузі, дозволяє підприємству залучити важливі знання та досвід у розробці нових продуктів. Крім того, завдяки SRM, продукти можуть бути швидше введені на ринок за рахунок спільних зусиль у розробці та виробництві. Приділення уваги інноваціям через партнерство за допомогою SRM допомагає підприємствам залишатися конкурентоспроможними у швидкозмінному бізнес-середовищі. SRM впливає на розвиток продуктів та послуг шляхом створення інноваційної екосистеми, спільного розвитку та тестування продуктів, впровадження інноваційних технологій та забезпечення доступу до експертної експертизи. Це дозволяє підприємствам швидше та ефективніше зміцнити свою позицію на ринку та відповідати на змінені потреби споживачів.

Дослідження впливу стратегічного управління постачанням (SRM) на розвиток продуктів та послуг підприємств виступає сьогодні важливим інструментом для вивчення взаємозв'язку між постачальниками та підприємствами. Основним питанням є те, як партнерство з постачальниками може сприяти стимулюванню інновацій у продукції та послугах. У цій статті розглядаються різні аспекти цієї проблеми, включаючи роль SRM у стратегічному спрямуванні підприємства, інно-

ваційний потенціал SRM, вплив на якість та конкурентоспроможність продукції та послуг, культурні аспекти співпраці з постачальниками та можливі виклики та обмеження при впровадженні SRM. Важливість дослідження полягає в тому, що у сучасному бізнес-середовищі підприємства все більше розуміють, що співпраця з постачальниками може бути ключовим чинником для підвищення конкурентоспроможності і забезпечення сталого розвитку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Аналіз літературних джерел вказує на широкий обсяг досліджень в галузі стратегічного управління взаємовідносинами з постачальниками (SRM). Наприклад, Вайт Д. [1] у своїх дослідженнях акцентує увагу на перевагах управління взаємовідносинами з постачальниками, Назарі-Ширкухі С., Кераматі А. та Резаї К. [2] – вивчають вплив SRM на розробку нових продуктів. Аль-Абдалла Г. М., Абдалла А. Б. та Хамдан Х. Б. [3] зосереджують увагу щодо впливу SRM на конкурентоспроможність фірм-виробників, в інших дослідженнях розглядається вплив SRM на конкретні бізнес-процеси і стратегії організацій [4] та аспекти ефективності SRM, зокрема, як ефективна комунікація може сприяти досягненню інновацій та створенню цінності для організації [5]. Українськими вченими сформульовано теоретичні аспекти стратегічного управління розвитком підприємства [6], розкрито складники стратегічного управління [7], а також проведений аналіз автоматизації закупівельних бізнес-процесів [8]. Зазначені дослідження дають цінні відомості щодо різних аспектів впливу стратегічного управління взаємовідносинами з постачальниками на бізнес-процеси та стратегії.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Варто відзначити, що в Україні на сьогоднішній день спостерігається обмежена кількість наукових досліджень та дослідницького розвідування в галузі інновацій через партнерство, зокрема впливу стратегічного управління взаємовідносинами з постачальниками (SRM) на розви-

ток продуктів та послуг. Однак, це свідчить про значний потенціал для подальших досліджень і детального вивчення цієї теми в українському контексті. Визначити вплив стратегічного управління постачанням (SRM) на розвиток продуктів та послуг підприємств та дослідити способи, якими партнерство з постачальниками може сприяти стимулюванню інновацій у цих сферах та дозволить забезпечити підприємствам важливі конкурентні переваги, покращення якості продукції та послуг, а також прискорення введення нових рішень на ринок в умовах сучасного бізнес-середовища.

Метою статті є вивчення та аналіз впливу стратегічного управління взаємовідносинами з постачальниками (SRM) на розвиток продуктів та послуг підприємств, а також виявлення способів, якими партнерство з постачальниками може сприяти стимулюванню інновацій у цих сферах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Співробітництво та управління відносинами з постачальниками (Supplier Relationship Management, SRM) є стратегічним підходом, який отримав значну увагу в сучасному бізнес-середовищі. Впровадження SRM стає все більш важливим для бізнесу на сучасному висококонкурентному та динамічному ринку. Ефективно керуючи відносинами з постачальниками, підприємства можуть отримати конкурентну перевагу, отримуючи доступ до інноваційних продуктів та послуг, знижуючи витрати, покращуючи якість та підвищуючи загальну ефективність ланцюга поставок. SRM також дозволяє підприємствам тісніше співпрацювати з постачальниками, сприяючи взаємній довірі, прозорості та співпраці. Цей спільний підхід не тільки стимулює інновації, але й допомагає виявляти ризики та керувати ними, забезпечуючи безперервність та стійкість бізнесу. Впровадження SRM є ключовим фактором для підвищення конкурентоспроможності та досягнення інновацій у бізнесі, оскільки воно забезпечує ефективне управління постачальниками, сприяє співпраці та сприяє постійному вдосконаленню. Основні фактори важливості стратегічного управління постачанням (SRM) в сучасному бізнес-середовищі подано в таблиці 1.

Усі ці фактори роблять впровадження стратегічного управління постачанням (SRM) важливим завданням для підприємств сьогодні. Від правильної інтеграції SRM залежить здатність підприємства адаптуватися до змін, забезпечувати високу якість продукції та послуг, та залишатися конкурентоспроможним на глобальному ринку.

Ключові аспекти спільного розвитку та тестування продукції через стратегічне управління відносинами з постачальниками (SRM) мають суттєвий вплив на процес створення інноваційних продуктів та послуг, що робить SRM не лише інструментом для управління постачальниками,

але й стратегічним засобом для прискорення розробки та вдосконалення виробництва. Переваги спільного розвитку через SRM представляють собою позитивні результати та користь, які можуть надати підприємству внаслідок використання стратегічного управління відносинами з постачальниками (Supplier Relationship Management). Серед основних переваг, які надає правильне управління взаємовідносинами з постачальниками (SRM), при спільному розвитку та тестуванні продукції та послуг, з використанням інновацій можна виділити наступні:

– Інтегроване експертне знання. Однією з ключових переваг спільного розвитку продукції через стратегічне управління відносинами з постачальниками (SRM) є здатність об'єднувати експертне знання та досвід як постачальників, так і підприємства. Це сприяє створенню продуктів високої якості та інноваційних рішень. Наприклад, компанія з енергетичної галузі може спільно з постачальниками розробити та протестувати новий тип сонячних панелей. Ця співпраця дозволяє використовувати експертність кожного партнера і забезпечити створення високоєфективного та інноваційного продукту.

– Швидке реагування на зміни. Ще однією важливою перевагою SRM є можливість гнучкого та швидкого реагування на зміни в ринкових умовах. Спільний розвиток та тестування продукції дозволяють ефективно адаптувати продукти до нових вимог споживачів, що забезпечує конкурентоспроможність. Наприклад, компанія, що виробляє електроніку, спільно з постачальником чіпів може швидко внести зміни до конструкції смартфона під час тестування, використовуючи нові технологічні можливості.

– Ефективна вартість розробки. SRM дозволяє розподіляти витрати на дослідження та розробку між партнерами, що призводить до зниження загальних витрат проекту та збільшення його ефективності. Наприклад, при розробці нового електромобіля, спільна оцінка ризиків може включати аналіз можливих проблем з акумуляторами, технічними недоліками чи законодавчими змінами щодо транспортних засобів з нульовими викидами.

– Мінімізація ризиків. Спільне тестування продукції з постачальниками дозволяє виявити та усунути можливі проблеми на ранніх етапах розробки. Ця співпраця допомагає запобігти затримкам у виробництві та появі негативних наслідків. Наприклад, при розробці нового електромобіля, спільне тестування дозволяє виявити можливі проблеми з акумуляторами чи іншими компонентами.

– Стимулювання інноваційних ідей. Спільне розвиток продукції через SRM зазвичай включає в себе залучення зовнішніх постачальників, що

Таблиця 1

Фактори важливості SRM в сучасному бізнес-середовищі

№ п/п	Фактори важливості	Пояснення
1.	Глобалізація ринку	Зростаюча конкуренція та розширення географії постачальників
2.	Складність ланцюгів постачання	Збільшення кількості постачальників і послуг.
3.	Підвищення якості інновацій	Інновації є ключовим елементом для залучення клієнтів та виживання на ринку
4.	Ризики та пандемія COVID-19	Світова пандемія та зміни в умовах ризику.
5.	Вимоги споживачів	Зростання вимог щодо якості, сталості та соціальної відповідальності продукції
6.	Технологічні інновації	За допомогою штучного інтелекту та аналізу даних покращуються процеси SRM.

Джерело: розроблено авторами на основі [9]

може призвести до виникнення нових інноваційних ідей та підходів. Ця стратегія сприяє стимулюванню творчого підходу до розробки та покращення продукції. Наприклад, покращення якості електромобіля може бути досягнуто завдяки інноваціям у сфері акумуляторів, внесеним завдяки співпраці з постачальниками.

Тепер, коли ми розглянули основні переваги спільного розвитку та тестування через SRM, приведемо конкретний приклад, який підкреслить ці переваги в реальному бізнесовому контексті. Припустимо, що існує компанія, яка спеціалізується на виробництві сонячних панелей та розвивається на ринку відновлюваної енергії. Ця компанія вирішила використати стратегічне управління відносинами з постачальниками (SRM) для покращення свого процесу розвитку та виробництва сонячних панелей. Завдяки SRM, вони змогли впровадити інноваційні рішення та досягти значних результатів:

- Використовуючи інтегроване експертне знання: компанія вибрала найкращих постачальників сонячних панелей та об'єднала їх фаховий досвід та компетентність зі своїм власним досвідом. Результат – новий тип сонячних панелей, які відповідають найвищим стандартам якості та ефективності.

- Використовуючи швидке реагування на зміни: за рахунок SRM, компанія змогла гнучко адаптувати свої продукти до нових вимог ринку. Наприклад, коли з'явилися нові технологічні можливості, вони швидко внесли зміни в конструкцію сонячних панелей, підвищивши їхню ефективність.

- Використовуючи ефективну вартість розробки: розподіл витрат на дослідження та розробку між компанією та постачальниками дозволив знизити загальну вартість проекту. Це призвело до збільшення конкурентоспроможності продукції на ринку відновлюваної енергії.

- Використовуючи мінімізацію ризиків: під час спільного тестування сонячних панелей з постачальниками, вони могли виявити та усунути можливі проблеми на ранніх етапах розробки, запобігаючи затримкам та негативним наслідкам.

- Використовуючи стимулювання інноваційних ідей: залучення зовнішніх постачальників призвело до появи нових інновацій та підходів, що значно підвищили конкурентоспроможність продукції.

Загалом, всі ці фактори підкреслюють важливість стратегічного управління відносинами з постачальниками (SRM) для підприємств, які працюють у сфері відновлюваної енергії та бажають досягти інновацій та підвищити якість своєї продукції. Цей приклад ілюструє, як SRM сприяє інноваціям та покращенню якості продукції через інтегроване експертне знання, швидке реагування на зміни, розподіл витрат, мінімізацію ризиків та стимулювання інноваційних ідей.

Треба підкреслити, що SRM може послужити інструментом для аналізу та оцінки потенційних постачальників та відбору найкращого партнера для спільної розробки нового продукту. Ця стратегія співпраці відкриває можливості для інновацій через партнерство, дозволяючи підприємству об'єднати свої зусилля з належним постачальником та спільно розробити продукт нового покоління. Використання SRM при відборі постачальників для розробки нового продукту сприяє більш оперативній адаптації до змін у критеріях

вибору постачальників, які можуть виникнути під час розробки нового продукту. Крім того, це дозволяє скоротити час прийняття рішень у сфері управління постачальниками та зберегти цінну інформацію в цьому процесі [10]. У Латинській Америці можна виділити успішний досвід впровадження SRM, де компанії вдало використовували цю систему з метою покращити якість послуг і скоротити час, необхідний для виходу на ринок з новими продуктами. SRM допоміг компаніям ефективніше співпрацювати з постачальниками, покращити комунікацію, визначити критерії вибору постачальників та забезпечити швидкий доступ до необхідної інформації [11].

SRM володіє різноманітними можливостями, які можна успішно використовувати під час розробки нових продуктів. Серед цих можливостей виділяються технічні ресурси, підтримка та сервіс, закупівельні процеси та маркетингові інструменти. Всі SRM-рішення ґрунтуються на використанні високопродуктивних технологій для забезпечення надання цих послуг. Використовуючи інструменти SRM, організації можуть спільно обмінюватися досвідом щодо продуктів та послуг, а також зменшувати ризики, пов'язані з розробкою нових продуктів та вибором постачальників.

За допомогою інструментів SRM, підприємства можуть досягти зменшення витрат на дослідження та розробку і прискорення введення нових продуктів на ринок, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності та забезпечує сталість інноваційних процесів. Інструменти та програмне забезпечення для стратегічного управління відносинами з постачальниками (SRM) грають ключову роль у впровадженні та успішному функціонуванні цієї стратегії. Деякі з доступних інструментів та програм для SRM, а також їх переваги та недоліки подано в таблиці 2.

При виборі інструментів та програмного забезпечення для SRM, організації повинні ретельно оцінювати свої потреби та ресурси, щоб вибрати ті, які найкраще відповідають їхній стратегії та завданням. Обираючи з цих інструментів, організації можуть підвищити ефективність управління відносинами з постачальниками, зменшити ризики та досягти кращої угоди з постачальниками.

SRM (Supplier Relationship Management) відіграє ключову роль у зниженні витрат на дослідження та розробку (R&D) і прискоренні введення нових продуктів на ринок. Інструменти та програми SRM грають важливу роль у цьому процесі, надаючи підприємствам можливість оптимізувати свої взаємини з постачальниками та ефективно керувати цими взаєминами. Давайте розглянемо, як SRM впливає на сталість інновацій та як інструменти та програми SRM допомагають досягти цих результатів:

- оптимізація постачальницького ланцюга. SRM дозволяє підприємствам обирати найкращих постачальників для реалізації конкретних R&D проектів. Використовуючи інструменти для оцінки постачальників, компанії можуть визначити тих, хто має необхідний досвід, технічні можливості та ресурси для підтримки інноваційних проектів;

- ефективне планування і управління ресурсами. SRM-системи допомагають підприємствам раціоналізувати витрати на R&D, аналізуючи доступні ресурси і пропонуючи оптимальні рішення. Це дозволяє скоротити надмірні витрати та забезпечити ефективну розробку нових продуктів;

Огляд інструментів для управління відносинами з постачальниками: переваги та недоліки

№ п/п	Інструмент SRM	Опис	Переваги	Недоліки
1	Платформи SRM	Існують спеціальні платформи для управління відносинами з постачальниками, такі як SAP Arriba, Oracle Procurement Cloud, Jaggaer та інші. Вони надають інтегровані інструменти для вибору постачальників, ведення обліку контрактів, управління ставками та багато інших функцій.	Інтегрована платформа спрощує управління процесами SRM, полегшує спільну роботу з постачальниками та дозволяє зберігати важливу інформацію в одному місці.	Вартість інвестування у платформу може бути значною, і її впровадження може зайняти час.
2	Електронні аукціони	Використання електронних аукціонів для вибору постачальників або встановлення цін може сприяти зниженню витрат і отриманню найкращих умов від постачальників.	Ефективний спосіб визначення найкращих цін та умов завдяки конкуренції між постачальниками.	Може вимагати значного часу для організації та управління аукціонами, іноді недоцільний для деяких категорій товарів або послуг.
3	Аналітичні інструменти	Аналіз даних щодо взаємодії з постачальниками дозволяє виявляти та вирішувати проблеми та покращувати взаємодію.	Допомагає у виявленні можливостей для оптимізації взаємодії з постачальниками та підвищенні результативності.	Вимагає досвіду і часу для налаштування та використання аналітичних інструментів.
4	Інтернет речей (IoT)	Впровадження IoT-сенсорів у постачальницькому ланцюгу може дати можливість стежити за станом обладнання, термінами доставок та іншими показниками в реальному часі.	Забезпечує більше даних для прийняття рішень, підвищує точність та дозволяє сприяти швидкому реагуванню на проблеми.	Вимагає вкладень у IoT-інфраструктуру та безпеку даних.
5	Електронні каталоги і інтернет-портали	Вони дозволяють легко взаємодіяти з постачальниками, шукати товари та послуги, встановлювати специфікації та умови.	Забезпечують зручний спосіб взаємодії та пошуку товарів.	Потребують актуалізації та підтримки, а також вимагають обміну інформацією з постачальниками.
6	Інтегровані системи управління постачанням (SCM)	Системи SCM, такі як Kinaxis RapidResponse чи GEP SMART, дозволяють контролювати всі аспекти постачання, включаючи планування, управління запасами та виробництво.	Інтеграція з іншими процесами управління постачанням із забезпеченням покращеної видимості та керованості.	Вимагають великих інвестицій і часу на впровадження.
7	Інструменти для оцінки ризиків постачальників	Спеціалізовані інструменти, як Supplier Risk Management від MetricStream або EcoVadis, допомагають оцінювати ризики, пов'язані із постачальниками.	Покращують надійність управління ризиками і дозволяють попереджати можливі проблеми.	Вимагають додаткового аналізу та оновлення даних.

Джерело: розроблено авторами на основі [12–16]

– спільна розробка і співпраця. SRM сприяє співпраці між підприємствами та постачальниками в рамках R&D процесів. Інструменти для спільної розробки, обміну даними та співпраці сприяють прискоренню введення нових продуктів на ринок;

– мінімізація ризиків. SRM допомагає ідентифікувати та управляти ризиками, пов'язаними з R&D проектами. Відслідковування прогресу, контроль над витратами та здатність до реагування на зміни допомагають знизити ризики, пов'язані з неуспішними інноваціями;

– залучення зовнішніх інновацій. SRM дозволяє підприємствам взаємодіяти з постачальниками, які можуть пропонувати інноваційні рішення. Інструменти для залучення та оцінки зовнішніх інновацій можуть допомогти підприємствам реалізувати інноваційні ідеї та проекти більш ефективно;

– прозорість і звітність: SRM-системи надають звітність та аналітичні засоби для відстеження витрат на R&D та оцінки їх впливу на сталість інновацій.

Під час впровадження стратегічного управління відносинами з постачальниками (SRM), організації можуть стикатися із викликами та обмеженнями, які варто врахувати та подолати. Для подолання викликів, таких як культурні різ-

ниці, суперечливі інтереси, складність інтеграції, зміни в організаційній культурі, важливо вдосконалювати комунікацію з постачальниками, адаптувати корпоративну культуру, забезпечувати системну інтеграцію SRM та навчання персоналу.

Крім того, обговорення фінансової підтримки, технічних ресурсів, забезпечення безпеки та конфіденційності, а також ефективного менеджменту ресурсів допомагає подолати обмеження, пов'язані із впровадженням SRM. Ці підходи сприяють успішній інтеграції SRM та дозволяють організаціям ефективно управляти відносинами з постачальниками, знижувати витрати та прискорювати впровадження інноваційних продуктів на ринок.

Висновки з проведеного дослідження. Стратегічне управління відносинами з постачальниками (SRM) має велике значення для компаній, особливо в контексті спільного розвитку та тестування продукції та послуг з використанням інновацій. SRM допомагає покращити взаємовідносини з постачальниками та досягти кращих результатів у спільному розвитку продукції. Це досягається завдяки інтеграції експертного знання постачальників та швидкому реагуванню на зміни. Застосування інструментів та програмного забезпечення для SRM спрощує управління відносинами з постачальниками, зокрема у справах оптимізації замовлень та закупівель. SRM-системи мають

свої переваги та обмеження, і впровадження може вимагати інвестицій та значних зусиль, але в довгостроковій перспективі це може значно зекономити ресурси.

Вплив SRM на сталість інновацій полягає в зменшенні витрат на дослідження та розробку нових продуктів і покращенні реакції на ринкові зміни. Це сприяє більш швидкому виходу на ринок нових продуктів. Важливо інтегрувати

інструменти SRM у внутрішні процеси компанії та забезпечити навчання персоналу для успішного впровадження. Використовуючи SRM, підприємства можуть досягти кращих результатів та створити інноваційні продукти та послуги. SRM є важливим інструментом для досягнення інновацій та оптимізації витрат для підприємств у сфері розвитку та виробництва продукції та послуг.

Список використаних джерел:

- White D. Benefits of Supplier Relationship Management. 2020. URL: <https://www.techfunnel.com/information-technology/benefits-of-supplier-relationship-management/> (дата звернення: 25.09.2023).
- Nazari-Shirkouh S., Keramati A., Rezaie K. Investigating the effects of customer relationship management and supplier relationship management on new product development. 2015. *Tehnichi vjesnik – Technical Gazette*. № 22(1). P. 191–200. URL: https://www.researchgate.net/publication/279322578_investigating_the_effects_of_customer_relationship_management_and_supplier_relationship_management_on_new_product_development/link/5706fa3a08aed73c8548a798/download (дата звернення: 25.09.2023).
- Al-Abdallah G.M., Abdallah A.B. & Hamdan K.B. The Impact of Supplier Relationship Management on Competitive Performance of Manufacturing Firms. 2014. *International Journal of Business and Management*. № 9(2). P. 192–202. URL: https://www.researchgate.net/publication/271444793_The_Impact_of_Supplier_Relationship_Management_on_Competitive_Performance_of_Manufacturing_Firms (дата звернення: 26.09.2023).
- Supplier Relationship Management: Benefits, Process & Strategies. URL: <https://www.mygreatlearning.com/blog/supplier-relationship-management/#:~:text=SRM%20can%20help%20to%20improve%20the%20quality%20of,turn,%20lead%20to%20better%20quality%20products%20and%20services> (дата звернення: 27.09.2023).
- Effective SRM: Communication, Innovation and Value. Home of Supply Chain & Procurement News. URL: <https://supplychaindigital.com/procurement/effective-srm-communication-innovation-and-value> (дата звернення: 31.10.2023).
- Пашченко О.П. Сучасна парадигма стратегічного управління розвитком підприємства в контексті управління змінами. Менеджмент суб'єктів господарювання в умовах міжнародної інтеграції: кол. монографія. URL: https://km-news.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2012/10/rozdil-2_.pdf (дата звернення: 31.10.2023).
- Киш Л.М. Стратегічне управління, як основна частина менеджменту підприємства. *Економіка та управління підприємствами*. 2019. Випуск 38-1. URL: http://bse.in.ua/journals/2019/38_1_2019/23.pdf (дата звернення: 31.10.2023).
- Управління закупівлями в Україні в 2019 році. URL: <https://www.aps-smart.com/upravl-nnya-zakup-vlyami-v-ukra-nv-2019-rots/> (дата звернення: 25.10.2023).
- Daniel D., Pratt M.K. What is Supplier Relationship Management (SRM)? URL: <https://www.techtarget.com/searcherp/definition/supplier-relationship-management-SRM> (дата звернення: 25.10.2023).
- Lee W.B., Cheung C.F., Lau H.C.W., Choy K.L. Development of a Web-based enterprise collaborative platform for networked enterprises. *Business Process Management Journal*. Vol. 9. Issue 1. P. 46–59. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/14637150310461396/full/html> (дата звернення: 25.09.2023).
- Illipronti R.G., Josuy C., Tayaksi C., Sheffi Y. Improving survival of micro & small firms in Latin America during COVID-19 via SRM and CRM strategies. 2021. URL: http://oastats.mit.edu/bitstream/handle/1721.1/130977/Illipronti_Rafael%20Grillo%20%20Capstone%20-%20Final%20Version.pdf?sequence=1 (дата звернення: 25.09.2023).
- 15+ найкращих інструментів і програмного забезпечення для управління закупівлями на 2023 рік – рішення Visure. URL: <https://visuresolutions.com/uk/довідник-з-тендерів-та-закупівель/найкращі-інструменти-управління-закупівлями> (дата звернення: 05.10.2023).
- IQ Plus: Sustainability Risk Intelligence for Global Supply Chains. URL: <https://ecovadis.com/solutions/iq/> (дата звернення: 05.10.2023).
- Unified Source-to-Pay Procurement Software. URL: <https://www.gerp.com/software/gerp-smart> (дата звернення: 05.10.2023).
- E-Catalogues 101: Everything You Need To Know. URL: <https://www.b2be.com/blog/everything-to-know-about-e-catalogues/> (дата звернення: 05.10.2023).
- Advantages of IoT in Logistics and Supply Chain Management. URL: <https://a-team.global/blog/advantages-of-iot-in-logistics-and-supply-chain-management/> (дата звернення: 05.11.2023).

References:

- White D. (2020) Benefits of Supplier Relationship Management. Available at: <https://www.techfunnel.com/information-technology/benefits-of-supplier-relationship-management/> (accessed September 25, 2023).
- Nazari-Shirkouh S., Keramati A., Rezaie K. (2015) Investigating the effects of customer relationship management and supplier relationship management on new product development. *Tehnichi vjesnik – Technical Gazette*, no. 22(1), pp. 191–200. Available at: https://www.researchgate.net/publication/279322578_investigating_the_effects_of_customer_relationship_management_and_supplier_relationship_management_on_new_product_development/link/5706fa3a08aed73c8548a798/download (accessed September 25, 2023).
- Al-Abdallah G. M., Abdallah A. B. & Hamdan K. B. (2014) The Impact of Supplier Relationship Management on Competitive Performance of Manufacturing Firms. *International Journal of Business and Management*, no. 9(2), pp. 192–202. Available at: https://www.researchgate.net/publication/271444793_The_Impact_of_Supplier_Relationship_Management_on_Competitive_Performance_of_Manufacturing_Firms. (accessed September 26, 2023).
- Supplier Relationship Management: Benefits, Process & Strategies. (2023). Available at: <https://www.mygreatlearning.com/blog/supplier-relationship-management/#:~:text=SRM%20can%20help%20to%20improve%20the%20quality%20of,turn,%20lead%20to%20better%20quality%20products%20and%20services> (accessed September 27, 2023).
- Effective SRM: Communication, Innovation and Value. Home of Supply Chain & Procurement News. (2021). Available at: <https://supplychaindigital.com/procurement/effective-srm-communication-innovation-and-value> (accessed 31 October 2023).
- Pashchenko O. P. (2012) Suchasna paradyhma stratehichnoho upravlinnia rozvytkom pidpryemstva v konteksti upravlinnia zminyamy [The modern paradigm of strategic management of enterprise development in the context of change management]. *Menedzhment subiektiv hospodariuvannia v umovakh mizhnarodnoi intehratsii*: kol. monografiia Available at: https://km-news.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2012/10/rozdil-2_.pdf (accessed October 31, 2023).

7. Kysh L. M. (2019) Stratehichne upravlinnia, yak osnovna chastyna menedzhmentu pidpriemstva. [Strategic management, as the main part of enterprise management]. *Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy*, is. 38-1. Available at: http://bses.in.ua/journals/2019/38_1_2019/23.pdf (accessed October 31, 2023).
8. Upravlinnia zakupivliamy v Ukraini v 2019 rotsi. (2019). [Procurement management in Ukraine in 2019]. Available at: <https://www.aps-smart.com/upravl-nnya-zakup-vlyami-v-ukra-n-v-2019-rots/> (accessed October 25, 2023).
9. Daniel D., Pratt M. K. (2021) What is Supplier Relationship Management (SRM)? Available at: <https://www.techtarget.com/searcherp/definition/supplier-relationship-management-SRM> (accessed October 25, 2023).
10. Lee W. B., Cheung C. F., Lau H. C. W., Choy K. L. (2003) Development of a Web-based enterprise collaborative platform for networked enterprises. *Business Process Management Journal*, vol. 9, issue 1, pp. 46–59 Available at: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/14637150310461396/full/html> (accessed September 25, 2023).
11. Illipronti R. G., Josuñ C., Tayaksi C., Sheffi Y. (2021) Improving survival of micro & small firms in Latin America during COVID-19 via SRM and CRM strategies. Available at: http://oastats.mit.edu/bitstream/handle/1721.1/130977/Illipronti_Rafael%20Grillo%20%20Capstone%20-%20Final%20Version.pdf?sequence=1 (accessed 25 September 2023).
12. 15+ naikrashchykh instrumentiv i prohramnoho zabezpechennia dlia upravlinnia zakupivliamy na 2023 rik – rishennia Visure. (2023). [15+ Best Procurement Management Tools and Software for 2023 – Visure Solutions]. Available at: <https://visuresolutions.com/uk/довідник-з-тендерів-та-закупівель/найкращі-інструменти-управління-закупівлями> (accessed October 5, 2023).
13. IQ Plus: Sustainability Risk Intelligence for Global Supply Chains. EcoVadis. Available at: <https://ecovadis.com/solutions/iq/> (accessed October 5, 2023).
14. Unified Source-to-Pay Procurement Software. Available at: <https://www.gep.com/software/gep-smart> (accessed October 5, 2023).
15. E-Catalogues 101: Everything You Need To Know. Available at: <https://www.b2be.com/blog/everything-to-know-about-e-catalogues/> (accessed October 5, 2023).
16. Advantages of IoT in Logistics and Supply Chain Management. Available at: <https://a-team.global/blog/advantages-of-iot-in-logistics-and-supply-chain-management/> (accessed November 5, 2023).

Bilyk Iryna
Klimchuk Oleksandr

Lviv Polytechnic National University

INNOVATION THROUGH PARTNERSHIP – THE IMPACT OF SRM ON PRODUCT AND SERVICE DEVELOPMENT

Summary

The article examines the key role of strategic supplier relationship management (SRM) in the modern business environment and its impact on the development of enterprise products and services. In the process of research, the method of systematic analysis of scientific sources and literature was used to assess the impact of strategic management of relationships with suppliers on the development of products and services of enterprises. In addition, a problem-oriented approach, abstract logical methods, as well as methods of analysis, synthesis, and generalization were used. SRM is a systematic approach to supplier relationship management aimed at optimizing collaboration, reducing risk and creating value for businesses. In the context of this article, various aspects of SRM are reviewed, and the focus is on tools and software that help businesses effectively manage supplier relationships. The choice of SRM tools requires a careful assessment of the needs and resources of the enterprise to achieve strategic goals and objectives. SRM plays an important role in reducing research and development (R&D) costs and accelerating the introduction of new products to market. SRM tools and programs contribute to the optimization of the supply chain by helping to select the best suppliers for the implementation of R&D projects. Important aspects of SRM effectiveness are examined, including the role of effective communication in achieving innovation and creating value for enterprises. The impact of SRM on the competitiveness of enterprises that strive to achieve competitive advantages in the modern business environment is studied. In particular, the article examines SRM tools and programs, their advantages and disadvantages, as well as the specifics of their use in various industries and types of economic activity. Based on the analysis of theoretical concepts and practical studies, strategic opportunities and challenges related to the implementation of SRM, as well as ways to overcome these challenges, were identified. In conclusion, this study reveals the importance of strategic supplier relationship management in the context of enterprise product and service development, providing insights and methods that help improve competitiveness and drive innovation.

Keywords: SRM, innovation, competitiveness, strategic management, tools, programs.