

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

«Технология CSRP»

Автор: Воронцова
Ирина Владимировна
Группа ГМУ 311в



Содержание

Введение

1. Основы концепции CSRP

2. Технология CSRP

Заключение



Введение

Производители

должны сделать частичное трансформирование в стратегии и интегрировать покупателя **в центр процесса планирования деятельности организации.**

Интеграция покупателя

с ключевыми бизнес-процессами организации трансформирует ее стратегию и осуществление этой стратегии, вызовет новую модель управления деятельностью: планирование ресурсов, синхронизированное с покупателем (CSRP).

1. Основы концепции CSRP

фокусируясь не на
том "**как**"
производить

Чтобы удачно соперничать
, **бизнес** должны развивать
производители

"**как**" это будет
покупаться.

а на том, "**что**"
производить

Переход
от MRP



к ERP и
CSRP



***фокус на
покупателя,
а не на
продукт***

CSRP

**синхронизировать
покупателя с внутренним
планированием и
производством**



**Оптимизировать
производственную
деятельность** (операции), построив
эффективную производственную
инфраструктуру на основании
методологии и инструментария ERP

**Интегрировать
покупателя** и сфокусировать
на покупателе
подразделения организации,
с главными планирующими и
производственными
подразделениями

**Внедрить открытые
технологии**, чтобы основать
технологическую
инфраструктуру, которая
может помочь интеграцию
покупателей, поставщиков и
производственные
приложения

**Для внедрения
CSRP
необходимо**

2. Технология CSRP

**Бизнес практику переопределяет
CSRP,
фокусируя ее на рыночной
активности,
а не на производственной
деятельности.**

**С деятельностью покупателей
синхронизируются бизнес
процессы.**



**Выгоды удачного употребления CSRP
- это рост качества товаров,
понижение времени поставки, рост
ценности продуктов для покупателя и
так далее, а в итоге этого - понижение
производственных издержек, но что
более существенно - это
*формирование инфраструктуры
приспособленной для формирования
продуктов удовлетворяющих
потребности покупателя,*
совершенствование обратной связи с
покупателями и снабжение
наилучших услуг для покупателей.**



по спецификациям
покупателей
формирования продуктов

определения
партнерских
отношений.

Приложения CSRP
разрешает легко
установить, какие
продукты хотят
покупатели, которые
приносят наибольшую
прибыль. Приложения
CSRP разрешает *быть*
нужным за счет:

снабжения
персонализированно
го обслуживания

предвидения
потребностей
покупателей

3. Заключение

Планирование ресурсов, синхронизированное с покупателем (CSRP) предлагает модель бизнеса и набор инструментов, которые способны сделать партнерство с покупателем и достижимым, и поддерживаемым.



Спасибо

за

ВНИМАНИЕ!

