

Beszerezési döntési folyamat

A beszerzési döntéshozatal ugyanúgy információ-feldolgozási folyamat, mint a fogyasztók viselkedése vásárlási szituációban. A vállalat adatok begyűjtésével biztosítja, hogy beszerzési forrásai folyamatosan megbízhatóak legyenek, majd céljainak megfelelő szempontrendszer mentén történő kiértékeléssel választja ki a legmegfelelőbb beszállítót vagy terméket.

Új beszerzés vagy módosított újravásárlás esetén a vállalati döntés hasonló folyamat mentén születik meg, mint a hagyományos fogyasztási szituációkban:

A felhasználók lehetnek a kezdeményezők a vásárlásnak, majd nagy valószínűséggel a technológiai szakértők, valamint a pénzügyi munkatársak vesznek részt a beszerzendő termék pontos jellemzőinek meghatározásában. A beszerzési részleg beszerezheti a termékről szükséges információkat, amelyeket aztán megint csak a felhasználók, valamint a technológiai és pénzügyi szakemberek értékelnek. A lehetséges alternatívák kiválasztásában ismét jelentősebb szerepe lehet a pénzügynek, majd a végső döntés vélhetően a menedzsment asztalánál születik meg, ahol a vállalat érdekei teljes körben képviseltetnek.

Természetesen a beszerzési döntéshozatalban részt vevők száma és szerepe minden szituációban változhat. A vásárlási folyamat fontosabb lépéseinek ismerete azonban segít megérteni, hol található lehetőség a kiválasztás befolyásolására. A beszerzési folyamat különböző fázisai viszont sohasem függetlenek: valamennyi lépcsőfok meghatározza, de legalábbis erőteljesen befolyásolja a következőt. A gyakorlatban sok esetben előfordul az is, hogy a különböző döntési szakaszok nem sorrendben követik egymást, vagy esetleg egymással párhuzamosan futnak.

Keresés

Az információkeresés az egyik legfontosabb eszköze a kockázat csökkentésének, ezért ez a fázis a beszerzési folyamat szinte nélkülözhetetlen eleme. Az alternatív termékek, valamint beszállítók feltérképezése valószínűleg annál szélesebb körre terjed ki, minél magasabb a beszerzés kockázata.

Az információkeresést általában valamilyen probléma motiválja, és gyakorisága attól függ, hogy az elérhető termékek, illetve beszállítók mennyire felelnek meg a beszerző vállalat elképzeléseinek. A gyakori keresés, frissítés egyik célja, hogy más ajánlatokkal folyamatosan összevetve fenntartsuk a kialakult beszerzési csatornák megbízhatóságát.

Az információk begyűjtésének általában ára van, amely akár pénzügyi formában, akár csak a rá fordított idő és energia formájában jelentkezhet. Ennek, valamint az egyszerűsítési törekvéseknek köszönhetően a keresés gyakran korlátozott keretek között fut le, hiszen némelykor lehetetlen lenne valamennyi elérhető terméket vagy szolgáltatást összevetni. Az egyszerűsítés több szempont mentén jöhet létre (amelyek közül az egyik leggyakoribb, pl. a pénzügyi korlátok

figyelembe vétele), amelyek eredményeképp a keresési folyamat általában nem maximalizáló jellegű, inkább adott szempontok kielégítésére törekszik.

A szervezeti információkeresés folyamatos adatgyűjtés, amely koncentrálnak kizárólag a beszerzendő árucikkre, de kiterjedhet általános piaci trendek vizsgálatára is. A beszerzést támogató keresés a döntéshozatal más fázisaival párhuzamosan is történhet, de leggyakrabban megelőzi azokat. Általában elmondható azonban, hogy külső információforrásokra annál kevésbé támaszkodik a vállalat, minél inkább ismeri beszerzése tárgyát.

Értékelés

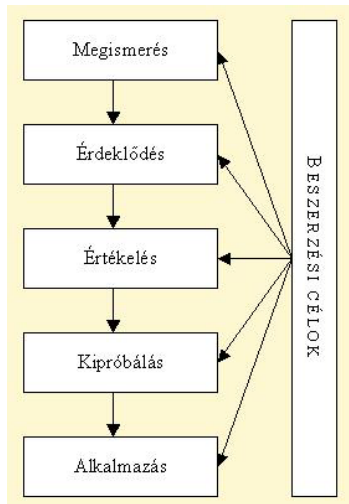
A beszerzett információk kiértékelése, és ezek alapján a fellelt alternatívák leszűkítése jelenti a beszerzési döntési folyamat következő lépcsőfokát. Az értékelés fázisának gyakorta két állomása van: az egyik a versenybe ténylegesen bevont termékek vagy beszállítók kiválasztása, a második pedig a végső döntés meghozatala.

Az értékelés nyilvánvalóan valamilyen korábban felállított szempontrendszer alapján történik, amely általában mind a terméket, mind a beszállítót érinti. Természetesen a döntési kritériumok a beszerzendő áruciktól, illetve a beszerzési szituáció fontosságától függően változnak. Bizonyos esetekben léteznek nélkülözhetetlen elvárások, amelyek mentén a figyelembe vehető árucikkek kiválaszthatók, majd közülük más tényezők mentén alakul ki a végleges választás. Általában elmondható, hogy a megbízhatóság és a kiegészítő szolgáltatások nagy mértékben befolyásolják egy termék vagy beszállító esélyeit a döntés kialakításánál. A legfontosabb tényező azonban a vevő korábbi tapasztalata és megítélése a termékkel, illetve a beszállítóval kapcsolatban.

Beszerzési célok

Ha közelebbről szemléljük, a teljes beszerzési folyamat valamilyen vállalati cél érdekében, illetve megoldandó probléma mentén megy végbe. A megoldást jelentő termék felé haladva azonban számos tényező módosíthatja a döntéshozatal végkifejletét. Előfordulhat, hogy a megfelelő termék vagy szolgáltatás felkutatása irreális energiákat emészt fel, vagy éppen az ideális áru nem is létezik még. Sok esetben szükség van tehát kompromisszumokra, amikor is a vállalati vagy egyéni célokat szem előtt tartva, azonban a realitások figyelembe vételével kerül sor a beszerzendő termék kiválasztására.

A beszerzési folyamat általános lépései



Forrás: marketinginfo

