

Ostutegevuse väljasthange

Ostujuhtimise funktsiooni viimist ettevõttest väljapoole tehakse enamasti väljakutse esitamiseks traditsioonilisele hanketegevusele. Samuti püütakse selle abil tõhustada ostutegevust ja suurendada ettevõtte väärtust selle omanike silmis.

Saavutatav majanduslik kasu läbi ostujuhtimise outsourcingi, kui see lõpuks on täielikult sulandunud ettevõttesse, võib olla 15 kuni 20 korda kõrgem, kui outsourcingi enda maksumus. Õige partneriga võib ostujuhtimise outsourcing tuua kaasa ettevõtte ostutegevuse efektiivsuse ja tootlikkuse kasvu. Ostujuhtimise funktsiooni sisseostmine võib ümber kujundada ettevõtte kogu hanketegevuse.

Sisseostu allhanget ei saa lihtsalt allhankijale üle anda, nagu traditsiooniliselt on lähenetud rahanduse, IT ja inimressursside allhangetele. Selle asemel tuleks välja selgitada ja tähelepanu pöörata nendele asjadele, mille vastutust saab üle anda ja nendele, mida peab ettevõtte kindlasti ise tegema.

Ostujuhtimise outsourcing, mis põhineb ostukulude lühiajalise säästmise mudelil, pole jätkusuutlik. Taolise koostöömudeli kohaselt sõltub tasu osutatavate teenuste eest saavutatud ökonoomiast ostueelarves. See julgustab teenusepakkujat suurendama säästu ostutegevuses pikaajaliste strateegiliste lahenduste arvel. Teenusepakkuja peaks soovima teie ettevõttesse panustada pikaajaliselt, saavutamaks edu hanke- ja ostustrateegilistes valdkondades.

Ostujuhtimise teenuse osutamisel peaks loobuma ühishangetel osalemisest, kuna pikaajalises perspektiivis need ei tööta. Parem sõlmida pikaajaline koostööleping tarnijaga, kes arvestab ettevõtte spetsiifilisi vajadusi. Kui kasutatakse õigeid lähenemisi ja ostutehnikaid, on võimalik saavutada konkurentsivõimeline ostuhind ka ühishangeteta.

Hankijail on vahel väga spetsiifilised vajadused, millele peavad vastama sobivad lahendused. Osa tarnijaid üritab rajada koostöö eelkõige lähtuvalt oma ettevõtte huvidest. Tuleks otsida selliseid tarnijaid, kes on tarnimisel paindlikud ja kes suudavad kõige paremini rahuldada kliendi erivajadusi.

Ei tohiks mõõta teenusepakkuja sisendeid, vaid väljundeid. Keskenduda tuleks väljunditele, mida soovitakse saavutada – sääst ostukuludes, kasum ostudelt, innovaatiliste ideede hulk, aktsionäride rahulolu jne. Kui teenusepakkuja tegutsemist piiratakse, vähendatakse lõppkokkuvõttes ka tulemust, mida nad püüavad saavutada.

Inimeste kaasamine ja mõjutamine on teenusepakkuja valikul üliolulised. Hinda, kui hästi on nad suutelised ettevõttega integreeruma, looma suhteid, aru saama sinu vajadustest ja soovidest, mõjutama inimesi ja looma usaldust. Ostujuhtimise allhange on midagi, mis ei tehta ainult kliendi jaoks, vaid koos kliendiga. Et suhe oleks edukas, peab teenusepakkujal olema sarnane ettevõttekultuur ja suhtumine.

Ostujuhtimise allhange saab olema tõenäoliselt üks efektiivsematest strateegiatest tänapäeva ärimaailmas. See võimaldab ettevõtetel saada kasu parimatest praktikatest ja teenusepakkuja erialastest teadmistest hankevaldkonnas.