



Quản lý mua sắm

Bởi:

truonghoabinh

vothituyet

Hiệu quả của các hoạt động mua sắm tùy thuộc vào các nguyên tắc quản trị cơ bản trong lĩnh vực: dự báo - tổ chức - điều phối - thực hiện - giám sát.

Dự đoán nhu cầu

Các yếu tố xác định nhu cầu của một doanh nghiệp.

- Các nhu cầu của thị trường tiêu thụ đã được thiết lập và chọn lọc (dự báo bán hàng).

- Các mục tiêu marketing thường bị khống chế bởi các vấn đề về phân phối và quản lý bán hàng.

- Các đòi hỏi về giá cả có thể chấp nhận được có tính chất xã hội đi cùng với sức mua giới hạn của người tiêu dùng. Điều này bó hẹp phạm vi của những người cung cấp và hạn chế chất lượng được xem xét.

- Việc phân phối trên phạm vi rất rộng cần phải tính đến các phương tiện hậu cần (kho vận) như vận chuyển và bốc dỡ.

- Các khả năng của doanh nghiệp về sản xuất theo lý thuyết và thực tế, năng lực về kỹ thuật, thương mại và quản trị của cán bộ, tình trạng tài chính, khả năng vay vốn.

Các yếu tố ngẫu nhiên.

Trong việc xác định nhu cầu của một doanh nghiệp cần phải đưa ra ảnh hưởng của các yếu tố bên ngoài không liên quan trực tiếp đến hoạt động nhưng có thể tác động đến việc chỉ đạo và quản trị thông thường như: các yếu tố kinh tế quốc gia và hành chính; các yếu tố kỹ thuật; các yếu tố xã hội, các yếu tố địa lý; các yếu tố kinh tế quốc tế. (Xem lại các yếu tố môi trường – chương I)

Phân tích nhu cầu.

Giải thích sơ bộ: Các nghiên cứu về yêu cầu và tính khả thi phải được thực hiện trước khi bắt đầu bất kỳ một hoạt động đầu tư hoặc mua sắm nào.

Phân tích về giá trị chức năng.

- Đánh giá ảnh hưởng dài hạn của việc mua sắm thiết bị hoặc hàng tiêu dùng về phương diện kinh tế, môi trường và xã hội, thay đổi lối sống và kiểu cách tiêu dùng mà tạo ra sự phụ thuộc mới.

- Phân tích có phê phán về hiệu quả chi phí

- Mặt hàng cần nên mua hay tự sản xuất, khả năng về tài chính và kỹ thuật đã sẵn sàng hay chưa? Điểm hòa vốn của một nhà máy như vậy đã được tính toán chưa?

- Đánh giá các chi phí có liên quan.

- Phương pháp chế tạo, trình độ kỹ thuật chế tạo, các hạn chế kinh tế - kỹ thuật trong sử dụng.

- Uy tín về chất lượng và độ tin cậy dài hạn.

- Chi phí và sự dễ dàng trong bảo dưỡng.

- Khả năng thay thế bằng mặt hàng khác.

- Đánh giá thông tin về các nguồn cung cấp cạnh tranh, những nguồn cung cấp thay thế đã được khai thác hết hay chưa.

Soạn thảo một kế hoạch mua sắm.

Kế hoạch mua sắm thường dựa trên cơ sở các nhu cầu đã được xác định và chọn lựa trước như:

- Thiết lập các mục tiêu cung cấp từ các nguồn trong nước và ngoài nước.

- Lập lịch biểu cho các đơn hàng nhằm đáp ứng nhu cầu của người sử dụng, lưu ý thời gian cần thiết để thu thập các số liệu quá khứ và các dự tính về đầu vào sản xuất và lượng bán.

- Xác định nguồn vốn hiện có và ước tính nguồn vốn cần có.

- Tổ chức hợp lý việc tiếp nhận và quản lý hàng khi nhận hàng.

Quản lý mua sắm

Chìa khóa của công việc này là sự khôn ngoan của nhà quản trị, một kế hoạch mua sắm thông thường là kế hoạch hàng năm, nó đưa ra các chi tiết của mục tiêu mua sắm hiện tại như giá cả, thời hạn giao hàng, điều kiện thanh toán, bảo hiểm và dịch vụ sau khi bán