

Skizzierung von Strategien für die Organisation der Einkaufsabteilung in einem Unternehmen

- 1) **Klare (strategische) Ziele definieren**
Legen Sie die Ziele der Einkaufsabteilung klar fest und richten Sie sie an der Unternehmensstrategie aus.
- 2) **Zentralisieren oder Dezentralisieren?**
Bestimmen Sie, ob eine zentrale / dezentrale / gemischte Struktur für das Unternehmen geeignet ist.
Hierbei sollte der Fokus auf die Wertschöpfung liegen.
Berücksichtigen Sie dabei Faktoren wie Größe, Komplexität der Wertströme, geographische Verteilung, und die Art der Einkaufsaktivitäten.
- 3) **Strategische Beschaffung**
Implementieren Sie strategische Beschaffungspraktiken, um die Auswahl von Lieferanten und das Management von Lieferanten zu optimieren.
Führen Sie Lieferantenbewertungen und berücksichtigen

tigen Sie Faktoren wie Qualität, Preis, Lieferfähigkeit, und Nachhaltigkeit.

4) Management von Lieferantenbeziehungen (SRM)

Etablieren Sie ein Programm für das SRM.

Fördern Sie offene Kommunikation und Zusammenarbeit mit den Lieferanten.

5) Kategorienmanagement (KM)

Führen Sie die Grundsätze des KMs ein, um verschiedene Ausgabenkategorien effizient zu verwalten.

Analysieren Sie Ausgabendaten, um Möglichkeiten für Kosteneinsparungen, Konsolidierung und Standardisierung zu entdecken.

6) Risikomanagement (RM)

Implementieren Sie effektive RM-Praktiken, um Risiken in der Lieferkette zu minimieren. (FMEA)

Führen Sie Risikobewertungen durch, überwachen Sie Markttrends und identifizieren Sie potenzielle Störungen.

- 7) Standardisierung & Automatisierung von Prozessen
Nutzen Sie elektronische Einkaufssysteme oder Lieferantenportale, um Prozesse zu rationalisieren und die Datentransparenz zu verbessern.
Führen Sie elektronische Dokumentenverwaltungssysteme ein, um Beschaffungsaktivitäten zu verfolgen.
 - 8) Leistungsmessung & kontinuierliche Verbesserung
siehe (CPD)_{NA} + HOSHIN KANRI BAUM.
-

5 in Detail) KM in der strategischen Beschaffung.

5.1) Einführung in das KM

Definieren Sie KM als einen strategischen Ansatz für das Beschaffungswesen, bei dem ähnliche Produkte oder Dienstleistungen für ein effektives Management in Kategorien (Produktfamilien) zusammengefasst werden.

Vorteile von KM: verbesserte Kosteneinsparungen, Lieferantenbeziehungen und Effizienzsteigerung.

5.2) Kategorisierungsprozeß

Beschreiben Sie den Prozeß der Kategorisierung

von Produkten oder Dienstleistungen auf der Grundlage von Ähnlichkeiten, wie z.B. Funktionalität, Verwendung, oder Lieferantenbasis.

Erklären Sie, wie wichtig es ist, bei der Kategorisierung Faktoren wie Ausgabenvolumen, Komplexität des Beschaffungsmarktes und strategische Bedeutung zu berücksichtigen.

5.3) Entwicklung von Kategoriestrategien

Die Strategien sollten an der Unternehmensstrategie angelehnt werden.

Erläutern Sie die Schritte, die zur Entwicklung von Kategoriestrategien gehören, einschließlich Marktanalyse, Identifizierung von Beschaffungsmöglichkeiten und Festlegung von Zielen.

5.4) Lieferantensegmentierung (LS)

Erläutern Sie das Konzept der LS innerhalb jeder Kategorie auf der Grundlage von Faktoren wie Risiko & strategische Bedeutung.

5.5) Strategische Beschaffung (SB)

Im Rahmen des KMs sollte die SB definiert werden,

abschließend der Schritte: Bedarfsdefinition,
Lieferantenauswahl und Verhandlung.

Erörtern Sie Strategien zur Optimierung von
Beschaffungsaktivitäten, wie zB Skaleneffekte,
Durchführung von Ausschreibungen oder
Erkundung Beschaffungsalternativen.

