Quá trình mua của khách hàng công nghiệp

Nhận thức vấn đề

Mô tả khái quát nhu cầu

Xác định các đặc tính của hàng hoá

Tìm kiếm người cung ứng

Yêu cầu chào hàng

Lựa chọn nhà cung ứng

Làm thủ tục đặt hàng

Đánh giá kết quả thực hiện

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| STT | Giai đoạn | Diễn giải |
| 1 | Nhận thức vấn đề |  Công ty quyết định phát triển một sản phẩm mới   Một hay một số trang thiết bị, máy móc hỏng   Đổi mới, trang bị lại tài sản cố định đã lỗi thời.   Vật tư không phù hợp cho sản xuất sản phẩm   Cơ hội mua sản phẩm với giá hạ hơn và chất lượng  tốt hơn. |
| 2 | Mô tả khái quát nhu cầu |  Xác định những đặc điểm chung và số lượng mặt hàng có nhu cầu   Xác định tầm quan trọng của độ tin cậy, độ bền, giá và các tính chất mong muốn khác đối với mặt hàng |
| 3 | Xác định các đặc tính của hàng hoá |  thực hiện bởi một nhóm các chuyên gia kỹ thuật   phân tích giá trị (phân tích hiệu quả - chi phí) để xác định ưu thế của từng loại hàng hoá mua vào không chỉ ở phương diện kỹ thuật mà cả phương diện kinh tế |
| 4 | Tìm kiếm người cung ứng |  Các ấn phẩm thương mại: danh bạ thương mại các  ngành công nghiệp, niên giám điện thoại; qua quảng  cáo; hội chợ triển lãm…   Tìm kiếm qua internet.   Qua các công ty khác.   Trực tiếp tiếp xúc với người cung ứng.   Thông tin nội bộ (báo cáo của bộ phận thu mua…) |
| 5 | Yêu cầu chào hàng |  |
| 6 | Lựa chọn nhà cung ứng |  Tiêu chuẩn hiệu suất   Tiêu chuẩn kinh tế   Tiêu chuẩn thích hợp (mức độ thuận lợi trong việc  mua bán, hợp tác giữa hai bên)   Tiêu chuẩn thích nghi (sự thích ứng của người cung ứng về những thay đổi trong cầu của người mua)   Tiêu chuẩn pháp lý |
| 7 | Làm thủ tục đặt hàng |  |
| 8 | Đánh giá kết quả thực hiện |  |