SMART Закупка

17 ноября 2019

Проверенные методы закупок для увеличения взаимодействия с заинтересованными сторонами

Проверенные методы закупок для увеличения взаимодействия с заинтересованными сторонами

Взаимодействие с заинтересованными сторонами - это Ахиллесова пята для специалистов по закупкам. Я надеюсь, что вы согласитесь со мной, что управление заинтересованными сторонами является важным навыком для любого специалиста по закупкам.

Все мы боролись с этой проблемой в тот или иной момент нашей карьеры, и если вы боретесь с этим сейчас, не беспокойтесь.

К концу этого вы уже освоите методы, которые успешные менеджеры по закупкам используют для построения прочных отношений со своими внутренними клиентами.

Даже если вы начнете использовать один из методов, упомянутых здесь, вы увидите значительные улучшения внутренней удовлетворенности клиентов.

Лучшее управление заинтересованными сторонами ведет к активному участию в поиске источников, что приводит к большей общей экономии. Просто чтобы прояснить, я использую слово «закупки», но оно охватывает стратегические источники и закупки.

Среди специалистов по закупкам известен тот факт, что активное участие ведет к лучшему сохранению результатов. Поэтому нет необходимости говорить, что для того, чтобы отдел закупок был эффективным, необходимо улучшить взаимодействие и управление заинтересованными сторонами.

Но это легче сказать, чем сделать, и для этого есть разные причины

Некоторые отделы не хотят привлекать поставщиков / закупки, потому что считают, что это делает процесс оценки поставщиков медленным и более бюрократическим.
Некоторые вообще не видят ценности.

Независимо от причины, специалистам по закупкам необходимо найти способ привлечь заинтересованные стороны для повышения эффективности закупок и снижения общих затрат.

Необходимость привлечения заинтересованных сторон в сфере закупок

Закупки в основном измеряются за счет достигнутых сбережений. Существуют и другие критерии измерения производительности закупок, но основным фактором остается экономия затрат.

Нужны фактические данные?

Согласно опросу CPO (главного сотрудника по закупкам), проведенному Deloitte, 76% из упомянутых CPO указали на экономию затрат в качестве основного фактора для измерения эффективности, а затем 57% в управлении рисками.

Источник: Deloitte https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/operations/articles/cpo-survey.html.

Для закупок, чтобы обеспечить экономию, есть три основных условия

Иметь четко определенный процесс, который приводит к объективной оценке поставщиков.
Привлекайте ключевые заинтересованные стороны и обеспечьте увеличение расходов под управлением.
Постоянно приносите пользу своим заинтересованным сторонам.
И все три нуждаются в особом внимании к заинтересованным сторонам.

Заинтересованные стороны в процессе закупок

Прежде чем мы перейдем к тому, как эффективно управлять заинтересованными сторонами, давайте определимся, кто эти заинтересованные стороны.

Заинтересованные стороны по закупкам можно разделить на две основные категории

внутренний

Внутренние заинтересованные стороны включают следующее

Отдел / Владельцы бюджета: Привлечение владельцев бюджета является наиболее важным, и, следовательно, они являются наиболее важными заинтересованными сторонами.

Финансы: Взаимодействие с финансами необходимо для понимания бюджетов, а также тесной координации для обеспечения того, чтобы согласованные сбережения отражались в вашем отчете о прибылях и убытках (сокращение расходов, ведущее к увеличению EBITDA).

Юридический: убедитесь, что все контракты соответствуют корпоративной юридической политике, а риск контракта снижен благодаря проактивному пересмотру всех ключевых юридических условий в различных контрактах.

Высшее руководство: руководство всегда ищет наглядность, работа по закупкам - это не просто переговоры по экономии, а работа CPO (главного сотрудника по закупкам), чтобы гарантировать, что руководство понимает ценность, обеспечиваемую закупками. Что еще более важно, стоимость должна быть представлена в финансовом выражении - например, как согласованные сбережения приводят к повышению рентабельности по EBITDA.

внешний

Внешние заинтересованные стороны включают

Поставщики
Другие стороны
Так как в этой статье основное внимание уделяется внутренним заинтересованным сторонам, мы оставим управление поставщиками для следующего поста в блоге.

Как закупочные организации измеряют взаимодействие с заинтересованными сторонами

Как вы все знаете, вы можете улучшить только то, что измеряете, и то же самое можно сказать и о взаимодействии с заинтересованными сторонами. Если вы спросите CPO, они всегда будут упоминать, что привлечение заинтересованных сторон является сложной задачей, но тогда некоторые из них даже не имеют формального способа измерения вовлеченности и внутренней удовлетворенности клиентов. Это довольно очевидно из недавнего опроса

Согласно опросу Deloitte, только 44% закупочных организаций измеряют внутреннюю удовлетворенность клиентов, что является критерием взаимодействия с заинтересованными сторонами. Другими словами, 56% организаций не измеряют удовлетворенность внутренними клиентами.

Отделы закупок должны определить эффективность и заинтересованность в закупках, прежде чем предпринять шаги по их улучшению. Ниже приведены некоторые способы измерения взаимодействия с заинтересованными сторонами. Если вы хотите получить более полное представление, вы можете создать сбалансированную систему показателей для некоторых из этих показателей.

Ссылка на статью: Проверенные методы закупок для увеличения взаимодействия с заинтересованными сторонами