SMART Закупка

17 ноября 2019

Отделы закупок должны определить эффективность и заинтересованность в закупках

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.

а) Внутренний опрос удовлетворенности клиентов

Одним из способов измерения вовлеченности заинтересованных сторон является быстрый опрос. Проблема с опросами заключается в том, что качество обратной связи зависит от того, насколько хорошо или плохо создано исследование.

При проведении опросов вы хотели бы получить обратную связь как от сторонников, так и от критиков, поэтому убедитесь, что вы выбираете разнообразную базу внутренних клиентов для своего опроса.

Другим аспектом опросов является то, что это нужно делать часто, чтобы можно было проследить тенденцию. Квартальный опрос может быть подходящей мерой, но это зависит от организации к организации.

б) Неформальная обратная связь: еще один способ оценить взаимодействие с заинтересованными сторонами - неформальная обратная связь. Вы можете сделать это за кофе, напитками или обедом.

Проблема с этим подходом состоит в том, что для сбора обратной связи требуется время, и это может быть дорогостоящим в течение определенного периода времени.

б) Расходы под управлением и сбережения доставлены

На мой взгляд, это наиболее объективный способ измерения взаимодействия с заинтересованными сторонами.

Прежде всего, чем больше вовлечены ваши заинтересованные стороны, тем больше расходов под управлением, так что это прямая мера влияния закупок, а также вовлеченности.

Во-вторых, некоторые отделы могут быть более вовлечены, чем другие. Посмотрите на экономию, полученную за последние несколько месяцев, и посмотрите, откуда берется эта экономия. Это должно дать вам четкое представление о том, насколько заняты закупки во всех отделах.

Везде, где это возможно, используйте более одной меры, чтобы получить полную оценку того, насколько заинтересованными являются закупки.

Ссылка на статью: Отделы закупок должны определить эффективность и заинтересованность в закупках