

Beschaffungsmarktforschung BMF

Repetitions- und Vertiefungsfragen – Lösungen

Fragen

1. Warum machen wir eine BMF, eine Begründung.

BMF ist der Prozess zur Beschaffung von Informationen und diese sind entscheidungsvorbereitend! Es geht darum Informationen zu bekommen um Risiken zu minimieren wie auch Marktinformationen zu erhalten welche wie eingangs erwähnt die Entscheidungsträger von Aufgaben benötigen.

2. Welche 4 Ziele verfolgt eine BMF? (Folie 20)

- Informationsversorgung
- Markttransparenz
- Neue Beschaffungsquellen
- SRM Daten

3. Welche Eigenschaften kennen wir bei Informationsquellen? (Folien 77-79)

Indirekt: Aktualität / Güte / Kosten / Quantität

Direkt: Glaubwürdigkeit

4. Benennen Sie 4 Auslöser einer BMF. (Folie 19)

- Ökologie
- Soziokulturell
- Politisch Rechtlich
- Ökonomie

5. a) Welche Prozessphasen gibt es bei BMF Prozess? (Folie 115)

Beschaffungsobjekt / Methodenauswahl

Informationsbedarfsanalyse

Informationsquellenwahl

Informationsgewinnung

Informationsaufbereitung

5. b) Welches sind die zwei wichtigsten Phasen beim Prozess der BMF? (Folien 122-127)

Informationsbedarfsanalyse

6. Wie funktioniert eine Nutzwertanalyse

Oder Scoring Modell... zuerst wird ein Objekt in Teilobjekte zerlegt. Im Anschluss werden Kriterien gebildet, welche zur Analyse genutzt werden. Im Anschluss eine Gewichtung festgelegt, welche mit dem Erfüllungsgrad ausmultipliziert den Nutzwert ergibt. Derjenige Teil, welcher die höchste Punktzahl erreicht wird aus Sicht der BMF mit einer kontinuierlichen BMF, je nach Fall sogar primären Daten bedient.

7. Welche Märkte unterscheiden wir? (Folie 90)

Unmittelbar

Mittelbar

8. Zeichnen Sie die Nachfragekurve bei einem «Krebsmedikament, welches unersetzbar ist» (Folie 93)

$E < 1$ unelastisch



9. Was verstehen Sie unter Portfolio Analysen

4 Quadrant nach Kraljic (F37) oder nach Folie (F38)

SWOT (F45), BCG Matrix (F44)

10. Nennen Sie Hauptelemente des Beschaffungsmarketings (Folie 140)

Lieferantenorientierung

Kreativität

Systematische Entscheidungsfindung

Betriebliche Koordination

11. Wie hängen Unternehmenspolitik und Beschaffungspolitik zusammen?

Die Beschaffungspolitik wird von der Unternehmenspolitik abgeleitet und bildet den Rahmen für das Handeln in der Beschaffung resp. dem Beschaffungsmarketing.

12. Welches sind die Möglichkeiten, die wir zur Nachhaltigkeit haben? (Folien 52-58)

Abgeleitet aus der Unternehmenspolitik, Verankerung in der Beschaffungsstrategie. Konsequente Anwendung des Prozesses Nachhaltigkeit sei es in der Beschaffungsstrategie, Lieferantenmanagement oder der BMF. Die BMF bietet sich im Rahmen von Informationssuche an da es den Prozess zur Nachhaltigkeit gibt, welcher im Prozess aufgabenbezogen angewendet werden kann.

13. Nennen Sie Vorteile bei einer nachhaltigen Beschaffung. (Folien 52-58)

Verkaufsargument

Kennen der eigenen Produktpalette nach Risikomatrixen

Kann TCO positiv beeinflussen → richtiger Lieferant = weniger Gesamtkosten (keine negative Werbung)

14. Was verstehen Sie unter ABC/XYZ Analyse (Folie 39)

1. Verbrauchswert nach Artikel
2. Verbrauchshäufigkeit nach Artikel

15. Nennen Sie Hinderungsgründe für ein Beschaffungsmarketing

Blick auf die Gesamtkostenbilanz (TCO) – Gleichstellung aller Abteilungen insbesondere des Einkaufs zur optimalen Bewirtschaftung nach TCO

16. Was sind die Aufgaben des Produktlebenszyklus? (Folie 46)

Adäquate Anwendung der Beschaffungsstrategie je nach Stand innerhalb des Lebenszyklus und optimale Versorgungssicherheit gewährleisten. Ferner eine gute Handhabung der genannten «last time buy» Artikel oder Dienstleistungen. Steuerung der Gesamtkosten auch bei Investitionsgütern!

17. Erläutern Sie die verschiedenen Informationsquellen und Kostenfolgen. (Folien 70-71 / 73-74)

Primäre Informationsquellen (müssen noch erhoben werden)

Sekundäre Informationsquellen (sind bereits erhoben)