

# Osto- ja hankintatoiminta trendit, oston rooli arvoketjussa, käsitteitä ja tuoteluokitus

Anu Suominen

# Muutokset liiketoimintakontekstissa

MERIOSAAJAT



## 1. Kaupan globalisointi

Johtuu:

- Monien maiden sääntelyn purkamisesta
- Kulttuurien välinen homogenisoituminen ja siitä johtuva kulutustottumusten samankaltaistuminen
- Kauppasopimukset (NAFTA, GATT, EEC)
- Kuljetusolosuhteiden parantuminen
- Informaatio- ja kommunikaatioteknologian kehittyminen

# Muutokset liiketoimintakontekstissa

## 2. Tietoyhteiskunta

- Tiedon tuottamisen, käyttämisen ja myymisen kasvava taloudellinen arvo
- Tietojärjestelmien kehittynyt vähittäismyynti ja valmistus; parantunut kyky jäljittää ja seurata, yksityiskohtaisen tiedon suora saatavuus
- Xerox: 'maksa tuottamisesta'
- Elektroniset verkostot, elektroniset markkinapaikat (mm. Chemdex)

# Muutokset liiketoimintakontekstissa

MERIOSAAJAT



## 3. Kuluttajien toimintamallien muuttuminen

- Nykyajan kuluttajat käyttävät laajennettua arvokäsitettä sisältäen:
  - oston helppouden
  - jälleenmyyntipalvelun
  - luotettavuuden
  - yksilöllisyyden jne.
- Kuluttajat ottavat johdon omiin käsiinsä:
  - kertovat tuottajille mitä, milloin, miten ja mitä he haluavat ja mitä he ovat valmiita maksamaan
- Tämä johtaa
  - jatkuvaan innovaatioihin ja palvelun tarjontoihin

Englanninkielellä ostoon ja hankintaan liittyviä termejä, joita käytännössä käytetään villisti sekaisin



- **Osto - Purchasing:**
  - Kaikki toiminnot joista yritys **saa laskun ulkopuolisilta tahoilta.**
    - Ostotoiminto - Purchasing function
    - Osto-osasto - Purchasing department (ostoja tehdään myös osto-osaston ulkopuolella)
- **Hankinta - Procurement:**
  - kaikki toiminnot jotka tarvitaan, jotta tuote saadaan toimittajalta sen loppupäämäärään
- **Hankinta - Sourcing:**
  - Toimituslähteiden etsimistä/löytämistä, jatkuvan toimituksen varmistaminen, vaihtoehtoisten toimituslähteiden takaamista ja tiedon keruuta hankittavista resursseista.
- **Oston johtaminen/hallinta - Purchasing Management**
  - Kaikki tarvittavat aktiviteetit **toimittajasuhteiden hallintaan.**

# Toimitusketjun ja arvoketjun hallinta

MERIOSAAJAT

## ○ Toimitusketjun hallinta - Supply Chain Management

- Kaikkien tavaroiden ja palveluiden virtaan ja muuntoon liittyvien toimintojen, informaation, tiedon ja taloudellisten resurssien hallintaa raaka-aine-, komponentti- ja muilta toimittajilta tavalla, jolla yrityksen loppukäyttäjien odotukset täytetään tai ylitetään.

## ○ Arvoketjun hallinta - Value Chain Management

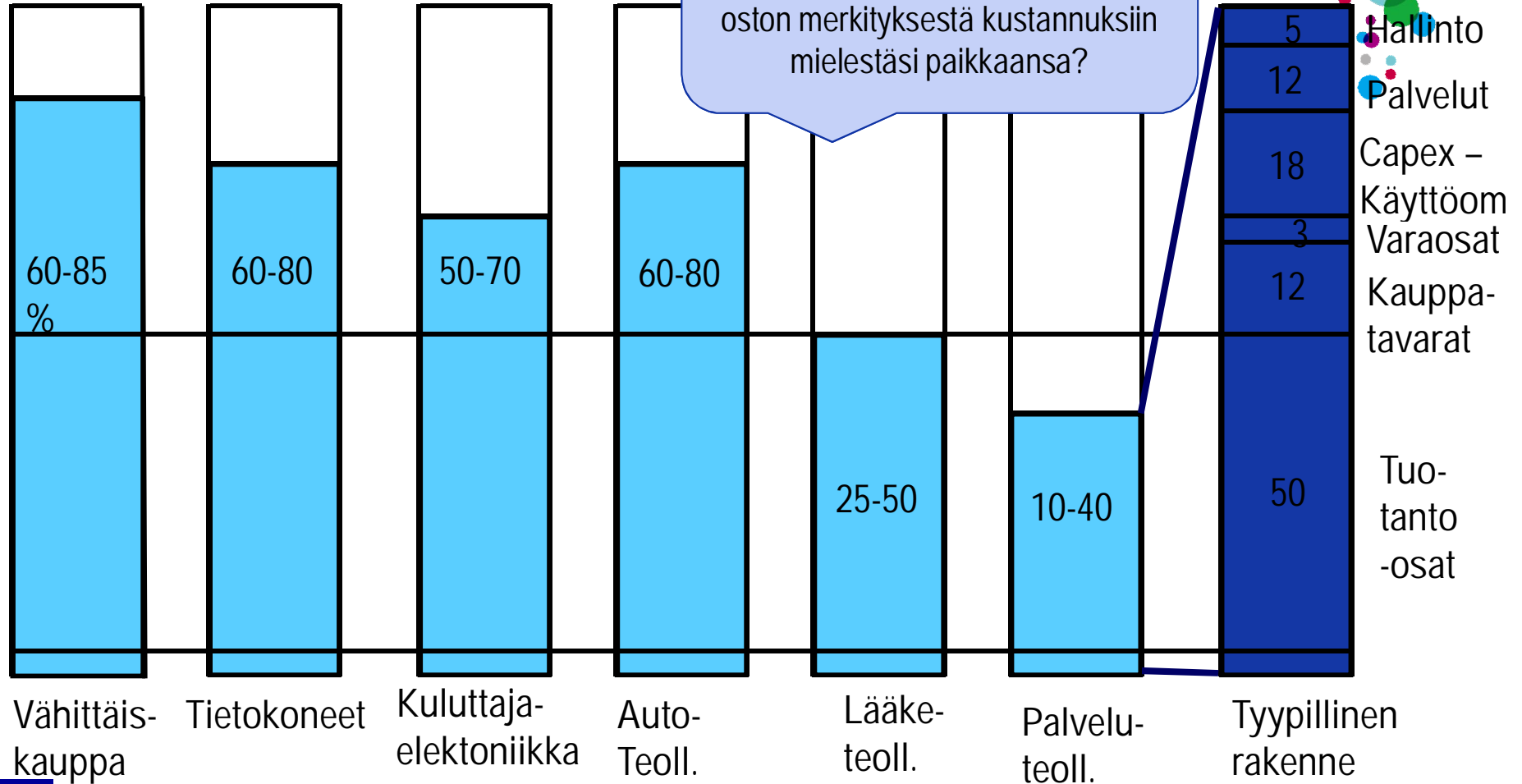
- Toimittajien haastaminen parantamaan arvon tarjontaa loppuasiakkaalle arvoketjussa. Yleensä toimittajat tekevät läheistä yhteistyötä asiakkaan teknisen ja markkinointihenkilökunnan kanssa vähentääkseen tuotteen kokonaiskustannuksia ja lisäävät uusia malleja tai toiminnallisuuksia tuotteeseen, jotka lisäävät arvoa loppukäyttäjälle.

# Oston merkitys liiketoiminnalle

MERIOSAAJAT

Hankinnan merkitys tuotteen kokonaiskustannuksista

Peilaa omiin käsityksiisi tai kokemuksiisi: Pitävätkö nämä luvut oston merkityksestä kustannuksiin mielestäsi paikkaansa?



adapted from Kluge, 1996

# Ostaminen, kustannusten pienentäminen ja teknologinen innovaatio

- Ostohinnassa saavutettujen suorien säästöjen lisäksi, on olemassa mahdollisia keinoja, joilla osto voi lisätä yrityksen voitollisuutta.
  - laatukustannusten pienentäminen
  - tuotestandardointi
  - tuotesuunnitteluun ja innovointiin myötävaikuttaminen
  - varastojen pienentäminen
  - joustavuuden lisääminen
  - ostosynergian edistäminen
- Yleisesti ottaen, em. parannustoimenpiteet vaativat parempaa yhteistyötä ja eri toimintojen välistä harmonisointia paitsi yrityksessä (sisäistä integraatiota), myös toimittajien kanssa (ulkoista integraatiota).

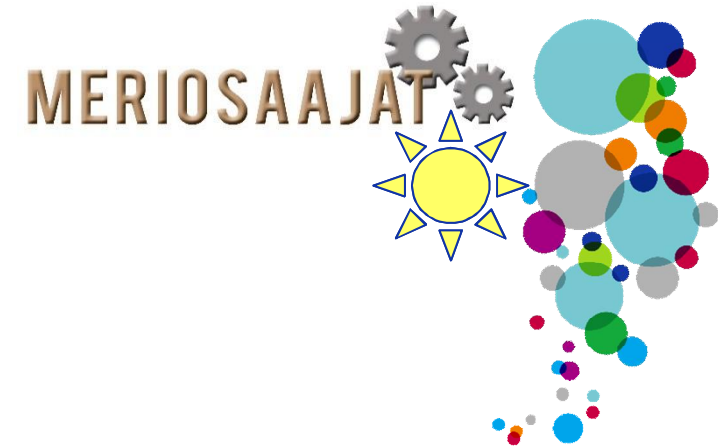


# Tuoteluokitus 1/2



- *Ostoprosessiin voi liittyä suuri lajitelma tavaroita/tuotteita ja palveluita. Yleisesti, ostetut materiaalit ja palvelut voidaan ryhmitellä seuraaviin kategorioihin:*
- 1. **Raaka-aineet**; materiaalit, jotka eivät ole läpikäyneet muuntoa tai vain minimaalisen muuntoprosessin ja jotka toimivat tuotantoprosessin perusmateriaaleina.
  - metallimalmit, hiili, luonnonraaka-aineet, kuten viljat, soija ja kahvi
- 2. **Lisämateriaalit - Supplementary materials**; materiaalit joita ei fyysisesti ole sulautettu lopputuotteeseen
  - voiteluöljyt, jäähdytysvesi, kiillotusaineet, hitsausaineet, teolliset kaasut
- 3. **Puolivalmisteet**; tuotteet, joita on jo jonkin verran prosessoitu kerran tai useasti ja joita prosessoidaan lisää myöhemmässä vaiheessa.
  - teräslevyt, kelatut johdot, muovifolio
- 4. **Komponentit**; valmistetut tuotteet, jotka eivät läpikäy fyysisiä muutoksia, vaan joka lisätään systeemiin, jonka kanssa on olemassa toiminnallinen suhde yhdistämällä sen toisiin komponentteihin.
  - lamput, patterit, koneenosat, sähköosat, vaihteiston osat

# Tuoteluokitus 2/2



**5. Valmiit- tai kauppatuotteet - Finished or trade products;** kaikki tuotteet, jotka on ostettu myytäväksi, vähäisen lisäarvon jälkeen, tai yhdessä valmiin tuotteen ja/tai valmistetun tuotteen kanssa

- autoissa: autostereot, vanteet etc.

**6. Investointituotteet tai pääomavälineet;** tuotteet joita ei kuluteta välittömästi, vaan joiden ostoarvo poistetaan tietyn ajan kuluessa

- taseessa: tietokoneet, rakennukset

**7. Ylläpito, korjaus ja toimintamateriaalit - Maintenance, repair and operating materials (MRO items);** materiaalit, jotka ovat tarpeellisia organisaation ylläpitämiseksi yleisesti ja erityisesti tukitoiminnoille

toimisto-, siivoustarvikkeet, varaosat

**8. Palvelut;** työvoimavaltaisia, ei-materiaalisia toimintoja, jotka kolmas osapuoli toimittaa sopimusperusteisesti

- siivous, väliaikainen työvoima,

# Uusia kehityssuuntia ostossa



1. Myyjän markkinat



Ostajan markkinat

2. Kasvava paine myyntihinnoissa ja marginaaleissa johtaa:



- Osto- ja toimitusstrategioiden vipuvaikutus => yhdistetyt ostovaatimukset
- Globaali hankinta
- Toimittajaintegrointi
- Toimittajien varhainen osallistuminen tuotekehitykseen (ESI - Early supplier involvement)
- Vastavuoroiset- ja kompensointisopimukset
- Yritysten sosiaalinen vastuu ja liiketoimintamoraali

# Lähteet



van Weele, Arjan. Purchasing and Supply Chain Management. 5 ed.



Vipuvoimaa  
EU:lta  
2014–2020



TAMPEREEN TEKNILLINEN YLIOPISTO



TURUN KAUPPAKORKEAKOULU  
Turku School of Economics

Osto- ja hankintatoiminta



MERENKULKUALAN  
KOULUTUS- JA TUTKIMUSKESKUS

4.11.2015

 Rauma

