**SỰ HỢP TÁC GIỮA BỘ PHẬN THU MUA VÀ BỘ PHẬN SẢN XUẤT**

Giữa hai bộ phận này có mối quan hệ chiến lược và có ý nghĩa giữa các hoạt động được thực hiện bởi các phòng ban mua bán và sản xuất. Các nhà cung cấp được lựa chọn kỹ lưỡng và mối quan hệ chặt chẽ với họ có thể hỗ trợ hiệu quả sản xuất và độ tin cậy cao. Watts, et al. (1992) nhấn mạnh tầm quan trọng của việc đạt được sự đồng thuận giữa các mục tiêu mua bán, kế hoạch hành động, các mục tiêu sản xuất và kinh doanh.

Để thực hiện việc này, việc mua phải là một người tham gia đầy đủ vào việc xây dựng và triển khai chiến lược kinh doanh. Hội nhập đã trở thành một năng lực cốt lõi mới cho rất nhiều công ty. Chiến lược mua hàng phù hợp có tác động quan trọng đến việc đạt được mục tiêu sản xuất và mục tiêu kinh doanh tổng thể.

HOẠT ĐỘNG MUA BÁN

HIỆU SUẤT SẢN XUẤT

HỘI NHẬP MUA HÀNG

Hình 1 - Thu mua và sản xuất tích hợp - Mô hình giả thuyết

(Narasimhan, et al, 2001)

Mô hình đơn giản trình bày trên cho biết các hoạt động mua bán và hội nhập mua hàng có ảnh hưởng chính đến hiệu suất sản xuất. Ví dụ, một kết nối tích cực giữa các hoạt động mua bán và hoạt động sản xuất có thể được duy trì bởi sự hội nhập của nhà cung cấp và cung cấp quản lý cơ sở. Bên cạnh đó, mua tích hợp có thể tăng cường sự liên kết giữa thực tiễn mua hàng và các ưu tiên về sản xuất và kinh doanh, làm cho việc mua hàng trở nên dễ dàng hơn cho bộ phận kiểm soát sự chú ý của quản lý và đảm bảo nguồn lực của tổ chức.

Bên cạnh ảnh hưởng đến hiệu suất sản xuất, tích hợp mua hàng thực sự có thể thúc đẩy đầu tư và có ảnh hưởng đến hiệu suất sản xuất. Sự hợp tác hiệu quả của hoạt động mua hàng với sự hợp tác của R & D có thể tích cực ảnh hưởng đến việc giảm chi phí và chất lượng.

Điều quan trọng là phải hiểu rằng một số quyết định chiến lược mua hàng như chọn nhà cung cấp, hợp đồng và đánh giá nhà cung cấp là không thể nếu không có quan hệ đối tác chặt chẽ của sản xuất bộ phận. Bình thường thì đó là kiến ​​thức kỹ thuật ảnh hưởng đến sự cộng tác bên ngoài với nhà cung cấp và tăng cường tìm kiếm khả năng sản xuất sản phẩm mới. Trong thực tế doanh nghiệp, nó là năng lực sản xuất, năng lực và hiệu quả quyết định lựa chọn nhà cung cấp và các mối quan hệ.

Khi nói đến hiệu suất sản xuất, một số xu hướng mới có thể được nghiên cứu: Các công ty có xu hướng cắt giảm tổng chi phí chuỗi cung ứng của họ cũng như cố gắng đáp ứng mong đợi của khách hàng. Mối quan hệ nhà cung cấp hiệu quả cho phép hiệu quả sản xuất cao. Bên cạnh đó, khi giới thiệu những xu hướng mới này, sự hợp tác chặt chẽ và chia sẻ thông tin là cần thiết, nghĩa là được hỗ trợ bởi giám sát khách hàng, sản xuất, mua sắm và tài chính (Narasimhan, et al., 2001).

***Hồng Nhung***