

製品のライフサイクルと購買方法

製品のライフサイクルと購買方法

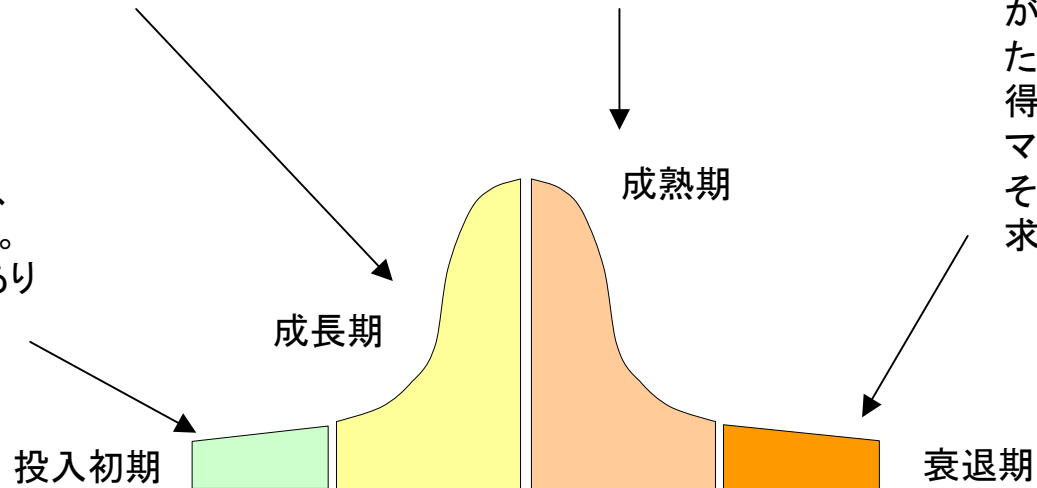
購買は、生産の急成長、終息変化に応じた柔軟で信頼性の高い方法を整備していく！

急成長のため量の拡大が著しい。発注者の力が強く発注側購買戦略が発揮しやすい段階である。また生産側の要望が厳しく、急拡大に対応する供給先を確保することが必須。

成長が止まった時期であり、生き残りをかけたコスト競争になる傾向が強い。サプライヤーとの協業でのコスト低減努力が必要である。供給力の差がそのまま企業優位性につながる。

生き残りをかけた活動時期であり、体力の強い供給先を確保する必要がある。また終息のタイミングを見た生産計画(在庫を持たない)が必要な時期でもある。ただし残り物的な利益の得られる場合もあり、微妙なマネジメントが求められ、それに追従できる購買が求められる。

新規立ち上げを最優先にしており、数量も少なく、安定量の発注もできない。試作的な性格の時期であり購買交渉力は低い。



製品のライフサイクルに合わせた購買方法

