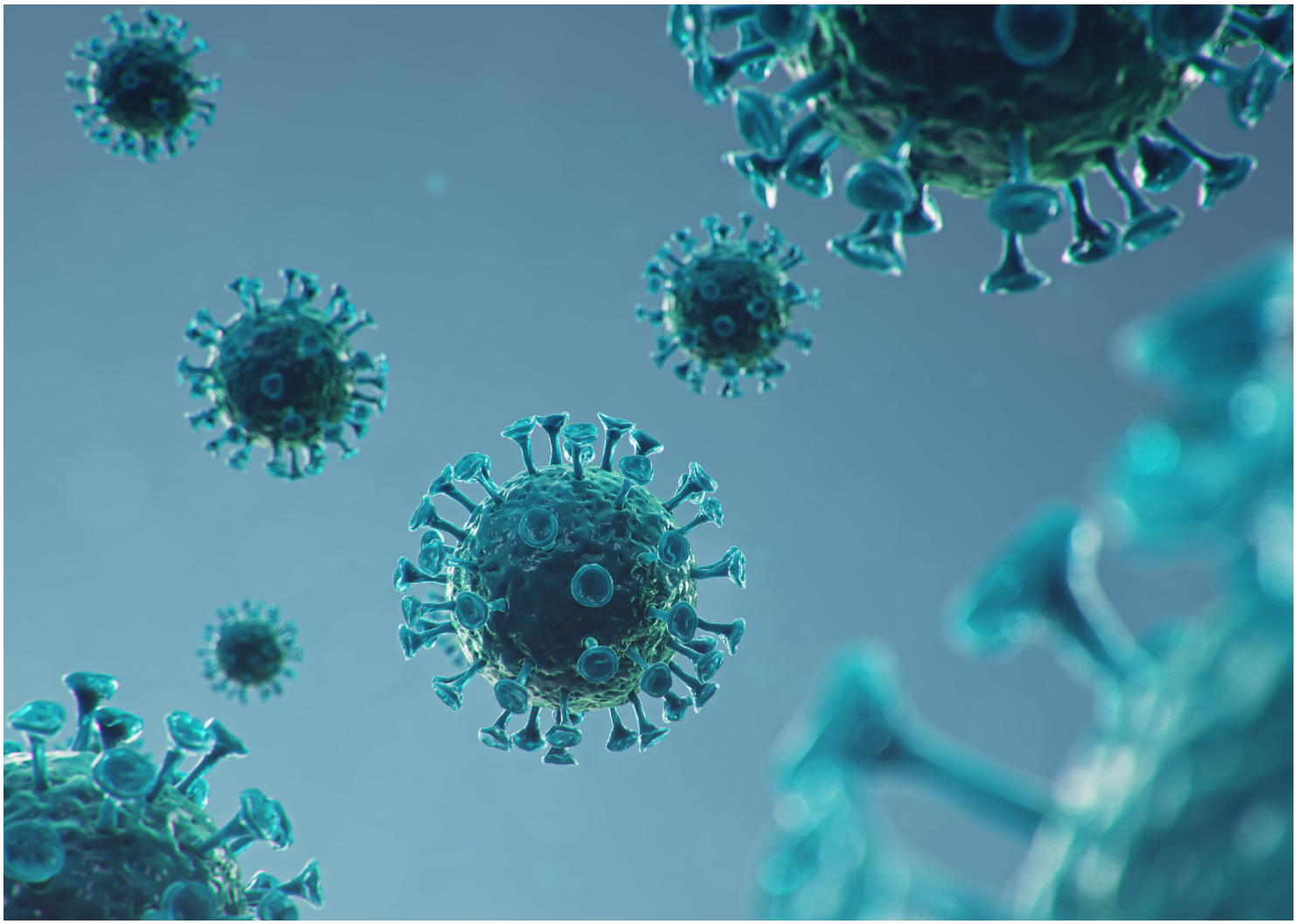
nabavnik

e-časopis Združenja nabavnikov Slovenije

št. 4 / 2020



www.zns-zdruzenje.si

Združenje
Purchasing
nabavnikov
Association
Slovenije
of Slovenia

kazalo

03 Marina LINDIČ
Voščilo za 2021

07 Peter SAMSA
Trg plastičnih materialov

09 Aurelija MARCINA
Trg odpadnih surovin v času recesije

10 Luka ŠKRJANC
Sodobni HRM kot podpora uspešnemu SCM

12 Uroš ZUPANČIČ, Katja NOSE SABLJAK
Pomembnost izračunavanja in uporabe PMI pri sprejemanju poslovnih odločitev

16 Nabavna konferenca 2020
Povzetek 19. nabavne konference

22 **PMI Slovenija**

Sponzorji

Partnerji

piše **Nataša Košir**

Drage bralke in bralci Nabavnika.si, drage članice in člani našega združenja, dragi sponzorji

V zadnjih mesecih in tednih smo vsi doživljali dramatične spremembe v našem zasebnem in poklicnem življenju. V tem času izjemno neugodnih razmer, smo nabavniki morali čez noč obvladati popolnoma nove rizike, novonastale situacije in probleme ter se prilagoditi, tako kot ostali sodelavci, novim načinom dela in novim realnostim. V svojih podjetjih smo napeli vse svoje sile, da smo lahko zagotavljali nemoteno delovanje naših podjetij in skupaj z ostalimi sodelavci dosegli impresivne dosežke.

Izbruh Covid 19 je pokazal, kako hitro in celovito smo izkoristili digitalne možnosti za sestanke, informacije, sodelovanje in učenje. Seminarji in večina oblik izobraževanja so se čez noč preselile na splet.

Dramatičnost, s kakršno se končujejo dvajseta leta in vstopamo v trideseta, bi si lahko zamislil samo oskarjevec Steven Soderbergh. V podobnem filmu, kot je Okužba, ki ga je režiral ob vstopu v to desetletje, smo se v začetku leta znašli sami, po tem, ko je na Kitajskem izbruhnila epidemija novega korona virusa in se bliskovito razširila po svetu. Čez noč smo doživeli zdravstveni, gospodarski, družbeni šok.

Na žalost COVID krize še ni konec.

Leto, katerega počasi zapuščamo, je bilo za ZNS-Združenje nabavnikov Slovenije, kljub temu uspešno leto! Naša ZNS družina šteje še vedno preko 350 članov. Veseli nas, da tudi v Covid 19 krizi ne beležimo večjega upada članov. To je dokaz, da delamo dobro, in da delamo prave stvari.

Izkaznica našega dela za 2020:

Člani ZNS Vsak mesec prejemate slovenski proizvodni PMI Izvedene aktivnosti v letu 2020:

- 3.12.2020: Delavnica ZNS definiranje Strategije ZNS za 2021-22
- 19. in 20. novembra 2020 - Smo, skupaj s Planetom izvedli 19. NABAVNO KONFERENCO na temo Nabava naslednje generacije. Poglobili smo se v teme:

1 | V Uvodnem plenumu smo pogledali, kakšni so Globalni trendi v ekonomiji in nabavi. Glede na novo nastale razmere smo malo prilagodili program, tako da smo lahko vključili tudi 2 aktualni temi iz področja Covida.

2 | Po okrogli mizi smo se poglobili, v ponovno zelo aktualno temo, s katero smo se večina intenzivno soočali z izbruhom Covida- z DIGITALIZACIJO NABAVNIH PROCESOV V PRAKSI in uporabo umetne inteligence v nabavi.

3 | V Naslednjem plenumu smo govorili o TRAJNOSTNI NABAVI, o krožnem gospodarstvu.

4 | Prvi dan konference smo zaključili s podelitvijo priznanja Nabavni manager 2020: Nabavni manager 2020 je Primož Lončar iz BSH.

5 | V petek smo začeli dan z IZZIVI VODENJA IN ORGANIZACIJE NABAVE. Pogledali smosi, kakšen je potreben profil bodočega nabavnika in kako bo zgledala nabava 5. Generacije

6 | V zadnjem delu konference smo osvetlili, kakšne so spremenjene kompetence, glede na spremembe v nabavi, kako v naše time vključiti milenijce in na koncu smo se posvetili še dvema mehkejšima temama

- 13.11.2020 - smo članom ZNS omogočili brezplačno udeležbo na spletnem seminarju EIPM - »Competences for 5th Generation Purchasing Leaders«
- V novembru 2020 je izšla 3./2020 številka elektronskega časopisa Združenja nabavnikov Slovenije »NABAVNIK SI«
- 2. oktobra 2020: Izveden je bil hibridni dogodek ZNS (v živo in na daljavo preko webinarja) » NABAVNI VRH LETA 2020 z dr. Jožetom P. Damijanom –SVETOVNA TRGOVINA IN OSKRBNE VERIGE V ČASU COVID-19 IN PO NJEM «
- 18.9.20 - ROSE 2 » Sodelovanje ZNS z GZS - e Poslovanje med podjetji v letu 2020 in naprej
- 24. junija 2020: Izvedena delavnica »Ukrepi trgovinske politike na carinskem področju: Priložnosti za slovenska podjetja«
- 19.6.2020 - brezplačni spletni seminar za člane EIPM – »Circular Economy«
- 17. junija 2020: Izveden brezplačni spletnem seminarju za člane ZNS z Dejanom Paravanom »Energenti v primežu epidemije«
- 15. junija 2020: Izvedena delavnica »Posodobljene dobavne klavzule INCOTERMS 2020: pravilna uporaba in skrite pasti«
- V juniju 2020 je izšla 2./2020 številka elektronskega časopisa Združenja nabavnikov Slovenije »NABAVNIK SI«
- 26.5.2020 – brezplačni smo izvedli spletni seminar z OSIR & Oracle - »Strateška nabava iz domače pisarne«
- 30.4.2020 - smo članom omogočili brezplačno udeležbo na spletnem seminarju EIPM – »Strategic Procurement Transformation«
- 14.4.2020 – sodelovali smo v Deloittovi raziskavi: »Dobrobit zaposlenih v času COVID-19«
- 7. aprila 2020 smo skupaj z Deloittom izvedli spletni seminar: »Vpliv trenutne krize na nabavne verige in poslovanje podjetij – COVID 19#
- 1.4.2020 - članom smo omogočili brezplačno udeležbo na spletnem seminarju »EIPM - 5th Generation Purchasing«
- 28.3.2020- je izšla izredna števila »NABAVNIK. SI« posvečena COVID 19 – Krizni managmenet, Obvaldovanje denarnega toka v krizi, Praktične strategije, ki postavljajo človeka na prvo mesto
- 25.3.2020 –članom smo omogočili ob izbruhu pandemije COVID 19 brezplačno udeležbo na spletnem seminarju Kairos commodities: »Preparing for a period of instability in commodity markets«
- 19.3.2020- članom smo brezplačno posredovali gradivo –»Pravni izzivi v času širjenja COVID-19«
- 18.3.2020 - smo članom omogočili brezplačno udeležbo na spletnem seminarju EIPM (EUROPEAN INSTITUTE OF PURCHASING MANAGEMENT: »Supply Chain Recovery«
- 10.3. 2020 je izšla 1./2020 številka elektronskega časopisa Združenja nabavnikov Slovenije »NABAVNIK.SI«

Hvala vsem predavateljicam, predavateljem in seveda organizatorjem ter moderatorjem na naših dogodkih!

Iskrena zahvala vsem kolegom, ki aktivno delajo v organih ZNS in brez katerih vsega tega ne bi mogli izpeljati.

V Sloveniji nadaljujemo uspešno sodelovanja z **Trgovinsko zbornico, Mediadami, Planetom GV, Gospodarsko zbornico, GDBK-Gospodarsko zbornico Dolenjske Bele krajine, IEDC Bled, Ekonomsko fakulteto v Ljubljani, ...**

Vabljeni, da se nam pridružite na naslednjem GMP s specializacijo za nabavne managerje ali na naslednjem Nabavnem tednu na Bledu. Vpišite se! Več podrobnosti na naši in IEDC spletni strani.

V tujini smo aktivni član IFPSM- International Federation for Purchasing and Supply Management; plodno sodelujemo z **Adaci Treveneto; S HUND** - hrvaškim nabavnim združenjem in **SUPLS**- srbskim združenjem

V letu 2021 bomo za vas ponovno pripravili dogodke z zanimivimi in aktualnimi temami, o katerih boste obveščeni po mailu in tudi z najavami na naši internetni strani, na LinkedIN in Facebook profilu.

- Rezervirajte si čas in se nam pridružite na strokovnem posvetu tretji četrtek v marcu in tretji četrtek v novembru. Vmes planiramo izvedo poldnevnih delavnic ali webinarjev na temo Etika v nabavi, BREXIT, Dogajanja na trgu Surovin, Energija, Nabavnikova „orodjarna“ - predstavitev posameznih orodij

Strokovni posveti – rezervirajte si termine:

- **18.3.2021 - „Back to basics“ ; Hibrid**
- **18.11. 2021: Organizacija in kompetence v nabavi - VUCA (v luči novih mega trendov), Hibrid.**

Nabavni vrh bo 30.9.2021.

13. in 13. maja 2020 bomo, skupaj s Planetom GV, izvedli že **20. NABAVNO KONFERENCO.** Na konferenci bomo ponovno podelili Priznanje **Nabavnik leta**. Vsi, ki se lahko pohvalite s svojimi dosežki ali dosežki svojih kolego – pošljite prijavo!

Rezervirajte si termine v vašem koledarju in se nam pridružite!

Vabimo vse, ki še niste pridruženi družini **PMI,** da to postanete. Svojo pripravljenost sodelovanja pri mesečni anketi, lahko sporočite na info@zns-zdruzenje.si.

V veliko olajšanje so v zadnjem mesecu informacije o uspešnem razvoju več cepiv proti COVID-19. Množično cepljenje bi se po ocenah lahko začelo v začetku prihodnjega leta. Prej obvladamo širjenje virusa, prej bodo podjetja lažje zadihala, nižja bo brezposelnost, konkretnejše bodo gospodarske rasti, manj se bo treba dodatno zadolževati, več bo posla. Upam, da bo po skoraj letu dni bo spet mogoče bolj normalno zaživeti, čeprav bo pokoronska sanacija trajala še nekaj časa.

Tudi v prihodnjem letu bomo poskušali biti v ZNS čim bolj aktualni in vas s kratkimi »webinarji« obveščati kaj se dogaja na nabavnem področju in na področjih, ki se navezujejo na nabavo in na naše delo nabavnikov. Skozi naš proizvodni PMI vas bomo obveščali, kaj se dogaja na glavnih izvoznih trgih, z gibanjem nabavnih cen, pričakovanj v različnih panogah in glavnih tehnoloških trendov. Upam, da vam bo vsaj malo za orientacijo pri vašem vsakdanjem delu!

Drage prijateljice in prijatelji nabave! Želimo si vaše aktivne vloge in vašega sodelovanja pri dvigovanju ugleda poklica nabavnika v Sloveniji. Dobrodošli so vaši predlogi za naše nadaljnje delo, predlogi novih izobraževalnih vsebin, katere bi želeli poglobiti na naših naslednjih dogodkih, predvsem pa želimo razširiti krog aktivnih članov v Združenju, zato vas vabimo, da se nam pridružite vsak 3. četrtek v mesecu. Pred sestan-

kov preverite lokacijo pri tajniku ZNS ali pišite na info .

Letos smo že tretjič izvedli **Elektronsko E-Skupščino,** kar bo ostala naša praksa tudi v prihodnje, saj želimo omogočiti vsem našim članom, da se lahko virtualno udeležijo skupščine.

Za dosedanjo podporo in sodelovanje se zahvaljujemo našim članom, partnerjem in pokroviteljem!

Naj vam prihajajoče leto prinese nov zagon, še večjo učinkovitost, večjo konkurenčnost in spoštljive ter iskrene medosebne odnose. Želimo vam Vesel Božič in da bo leto 2021 uspešno in srečno na vseh področjih!

Lepo praznujte in uživajte, skupaj s svojimi najbližjimi in si v prazničnih dnevih dobro »napolnite baterije« za Novo leto 2021, katero nam bo prav gotovo prineslo polno novih izzivov!

Veselimo se srečanj z vami na naših dogodkih tudi v letu 2021!

Marina Lindič

Predsednica ZNS -Združenja nabavnikov Slovenije,

Predsednica IFPSM (International Fereration for Purchasing and Supply Management)

Ob Božiču in Novem letu 2021:

„Naj vam Novo leto prinese nove začetke in nove cilje.

Naj na tej poti ne bo veliko ovir, le-te naj predstavljajo izziv!“

Želimo vam prijetne praznike v objemu vsega lepega, obdane z družino, ljubeznijo in srečo ter vse dobro v Novem letu!

Združenje nabavnikov Slovenije

piše **Peter Samsa, vodja nabave Titus d.o.o.**

Nabavni vrh 2020: Claudio Bruggi, Procure4you

Trg plastičnih materialov

Sem v osnovi nabavnik kot vi in rad bi delil moje izkušnje v povezavi s trgom plastičnih materialov, metode pristopa, korelacije ter informacije, ki jih dobim od dobaviteljev in proizvajalcev.

Začnimo z glavnimi povdarki trga. Pomemben dejavnik za razumevanje velikosti trga v določeni regiji je razmerje oziroma korelacija porabe plastičnih materialov v primerjavi z BDP. Na Kitajskem je ta delež 18% BDP vendar predstavlja 30% globalne proizvodnje. Vsekakor je Azija celina z največjim deležem. Svetovna proizvodnja porabi 380 mio ton plastičnih materialov oziroma v vrednosti 650 milijard dolarjev. To so velike številke, ki nedvomno zaposlujejo milijone ljudi v tem trgu. V Evropi sta največji porabnici Nemčija z deležem 25% in Italija z 14%. Skupna poraba materialov v EU je 65 mio ton, kar predstavlja 20 % tega trga.

Claudio Bruggi

Poglejmo si še primerjavo specifičnih indeksov v industriji plastike. Primerjamo proizvodnjo primarnih materialov in proizvodnjo plastičnih komponent. Analiza nam pokaže, da umetne mase v primarni obliki (smole) se soočajo z večjimi težavami pri pridobivanju količin, vztrajnost industrijske strukture je precej velika, medtem ko je trg proizvodnje plastičnih izdelkov veliko bolj agilen in zelo odziven na spremembe. Ravno obratno je pri primarnih materialih, zato trg z večjo težavo pokriva kratkoročna nihanja v povpraševanju in prodaji.

Glavni partner Evropske unije so ZDA, sledijo Azijske države. Uvoz in izvoz sta v glavnem poravnana, tudi skupine uvoženih in izvoženih materialov so zelo podobne.

Kaj pa lahko povemo o Bio-polimerih? Trenutno ne igrajo pomembe vloge iz vidika količin ampak iz leta v leto naraščajo. V letu 2019 je bila svetovna proizvodna kapaciteta bio-polimerov 2,11 mio ton, 45% v Aziji, sledi EU z 25% in ZDA s18%. Trenutno je poraba koncentrirana samo na pakiranje, v ostalih industrijah se jih ne uporablja.

Moja navada je tudi slediti ključnim igralcem. Trg plastičnih materialov je zelo skoncentriran, je praktično oligopolini trg in nekaj proizvajalcev pokrije 80, 90% trga. Tem ključnim igralcem je glavni dejavnik finančna uspešnost, katero kvartalno spremljajo. Zavedati se moramo, da že ob najmanjšem padcu marže lahko pričakujemo zvišanje cen. To se je zgodilo v prvih dveh kvartalih letos (bruto dobiček -11%), zato lahko pričakujemo v naslednjih kvartalih močan pritisk na povišanje cen, mogoče tudi z omejevanjem proizvodnih kapacitet.

Indeks cen plastik je bil vedno v močni korelaciji s ceno nafte. V bistvu je bilo to zlato pravilo. Letos pa lahko opazimo, da cene plastike niso sledile drastičnemu padcu cene nafte in tako so ostale marže višje kot pred krizo, seveda so v absolutnih vrednostih nižje zaradi manjših volumnov prodaje. Cene osnovnih surovin, ki so ključne v proizvodnji plastike (Benzen, Propylene, Ethylene, Styrene), pa močno sledijo ceni surove nafte in so v prvem polletju močno padle na nivoje iz leta 2016, vendar že sledi napoved rasti. Glavna surovina, ki igra ključno vlogo na svetovne trgu in je v večini plastičnih materialov, je etilen. 20% svetovne proizvodnje ga proizvedejo v ZDA, v EU 15% in na Kitajskem 14%. Trenutno so zaloge surovin visoke.

Analiziral sem tudi cene plastičnih materialov po kvartalih. Statistična analiza bi lahko pomagala določiti učinek trenda in sezonskega efekta. To ni zlato pravilo, toda za večino polimerov se v jeseni cene običajno umirijo in prvo četrtletje je obdobje, ko so cene na najnižji ravni. Zato je mogoče sedaj pravi čas za sklepanje novih pogodb. Pri pogajanjih oziroma sklepanju pogodb nam lahko delno pomagajo tudi trenutne borzne cene. Na te vpliva več dejavnikov: cena, povpraševanje, ponudba, valute, uvozne dajatve,..

Glavna dejavnika, ki bosta lahko vplivala na podražitve sta cena surove nafte in zahteve po višjih maržah. Dejavnika, ki bistveno ne bi smela vplivati na ceno sta ponudba in uvozne dajatve. Dejavniki, ki lahko vplivajo na nižanje cen bodo lahko manjše povpraševanje zaradi Covida, valutni tečaj in letni čas.

Na splošno lahko pričakujemo stabilne cene do pomladi 2021, katere se bodo med decembrom in februarjem nekoliko znižale, odvisno od splošnih gospodarskih pričakovanj. Povišanje cen lahko pričakujemo kasneje, odvisno od finančnih rezultatov ključnih akterjev in položaja cene nafte.

piše **Aurelija Marcina**

Trg odpadnih surovin v času recesije

Nepredvidljivost gibanja cen surovin v mednarodnem okolju je posledica predvsem Covid-19, ki je vplival na zmanjšanje gospodarske aktivnosti. Cene surovin kot so plastika in papir se občutno nižajo. Reciklaža plastike v Evropi je neprofitna, kar se kaže v nelikvidnosti takih podjetij, je na nabavnem vrhu poudaril Jure Fišer iz Gorenje Surovine.

Znižanje obsega gospodarske aktivnosti po ocenah prinaša padec cen termične izrabe odpadkov v letu 2021. Na drugi strani ocenjujejo, da bo uredba o skladiščenju gorljivih odpadkov, ki prinaša obvezni 24 urni požarni nadzor (pri določeni tonaži), prinesla dražje ravnanje z odpadki v letu 2021. Prav tako ocenjujejo, da bo interventna uredba, ki izboljšuje prevzem komunalne embalaže, prinesla zviševanje stroškov embalažnih družb.

V branži reciklaže surovin se je zmanjšal obseg poslovanja za 25 – 30 %, zaradi nižje potrošnje v trgovinah, nižje aktivnosti v industriji in zmanjšanja turizma, kar bo po ocenah prineslo nižje cene reciklatov. Cene barvnih kovin nihajo, na začetku leta padec, ki mu je sledila rast cen aluminija, bakra, svinca in niklja.

Napovedi svetovne banke o cenah surovin za naslednjih 5 let se sledeče:

- Nafta – blaga rast;
- Železova ruda – blaga rast; v zadnjih 12 mesecih +34,5 % oziroma v zadnjih 6 mesecih +40,85 %. Visoke cene so posledica povečanih potreb Kitajske (izgradnja cest, investicije v infrastrukturo) in zaradi nestabilnosti dobav iz Brazilije (okoljska katastrofa, Covid – 19 prizadel rudarje)
- Aluminij – kontinuirana rast; v zadnjih 12 mesecih +2,7% oziroma v zadnjih 6 mesecih +15,2%.
- Baker – kontinuirana rast; v zadnjih 12 mesecih +17,9 % oziroma v zadnjih 6 mesecih +37,8 %.
- Nikelj – kontinuirana rast; v zadnjih 12 mesecih –19,7 % oziroma v zadnjih 6 mesecih +28%.
- Cink – kontinuirana rast; v zadnjih 12 mesecih +3,0 % oziroma v zadnjih 6 mesecih +29,2 %.
- Svinec – kontinuirana rast; v zadnjih 12 mesecih –16,7 % oziroma v zadnjih 6 mesecih +7,9 %.
- Kositer – kontinuirana rast; v zadnjih 12 mesecih +6,6 % oziroma v zadnjih 6 mesecih +19,1 %.

Negotovost se odraža pri trenutnih cenah surovin, ki ponekod visoko odstopajo od napovedi svetovne banke.

piše Luka Škrjanc

Sodobni HRM kot podpora uspešnemu SCM

Trenutno gospodarsko okolje je vedno bolj prepleteno in konkurenčno, zato se od organizacij zahteva zdaj, bolj kot kadarkoli prej, zavedanje pomena nadzora nad upravljanjem s človeškimi viri (HRM).

Biti konkurenčen v današnjem času pomeni imeti visoko razvito sposobnost čim hitrejšega pretvarjanja znanja v praktično izvedbo in s tem omogočanje hitrega doseganja ciljne dodane vrednosti.

Na kratko, za konkurenčnost je zdaj značilna sposobnost podjetij, da znanje hitro in učinkovito pretvorijo v vrednost.

V formuli za želeno pretvorbo znanja v vrednost pa so človeški viri medij, skozi katerega znanje in spretnosti ustvarjajo vrednost - stvari nimajo znanja in spretnosti, ljudje pa jih imajo. Človeški viri in načini integracije zahtevanih kompetenc, so zato ključnega pomena za uspeh organizacij.

Pri tem seveda naletimo na vprašanje, natančno katera znanja in kompetence sploh potrebujemo za uspešnost SCM zdaj in v prihodnosti? Vsekakor morajo biti določena v skladu s trenutnimi potrebami in cilji organizacije, ter neposredno usklajena s strateškimi cilji in usmeritvami v prihodnje. V tem primeru v uspešnih organizacijah vidimo pomembno vlogo HRM-ja pri pripravi določenega protokola ali sistema za zajem potreb znanj in kompetenc, ne pa kot deležnika, ki je odgovoren za vsebino le-teh. To odgovornost v tem primeru prevzema SCM, saj najbolje sami z gotovostjo lahko določijo njihove zdajšnje potrebe po specifičnih znanjih in kompetencah notranjih deležnikov v SCM in ocenijo kaj potrebujejo v prihodnosti. Vloga HRM je v teh procesih podporna, torej omogočiti sistem, ki bo realen, kontinuiran in pregleden, ter najbolj pomembno - uporaben.

Izjemnega pomena za uspešnost je tudi zavedanje managementa, da HRM preide iz admini-

strativne vloge, v vlogo njihovega strateškega in operativnega podpornika. S tem pa lahko postane tudi vezni člen med različnimi deležniki znotraj organizacije in s svetovanjem na področjih upravljanja z odnosi in internega komuniciranja, bistveno pripomore k doseganju želene vrednosti. Seveda ob tem ne smemo pozabiti na razvoj ključnih (novih) kompetenc HRM-ja in določene nevtralnosti, če želi to vlogo opravljati uspešno.

Podporna vloga HRM-ja vodjem v procesih vodenja in nadgrajevanja kompetenc vodenja je ključna tudi v fazah implementacije novih znanj, kompetenc in pri vpeljevanju sprememb v procese in oddelke, sploh na nivoju srednjega managementa, ki je večino svojega časa vpleten v strokovno vodenje timov in postopkov, reševanje težav na strokovni ravni in podobno. Vodje pa nujno potrebujejo nasvet in pomoč pri upravljanju s človeškimi viri, saj se neučinkovito upravljanje in vodenje kasneje rezultira kot padec zavzetosti zaposlenih in tudi zadovoljstva na delovnem mestu, kar negativno vpliva na pretvorbo znanj v dejansko vrednost - konkurenčnost.

Če povzamemo bi za podporo uspešnemu SCM-ju, s strani HRM-ja potrebovali naslednje:

Vzpostavitev sistema za zajem ključnih znanj in kompetenc, ki jih potrebuje SC zdaj in v prihodnosti.

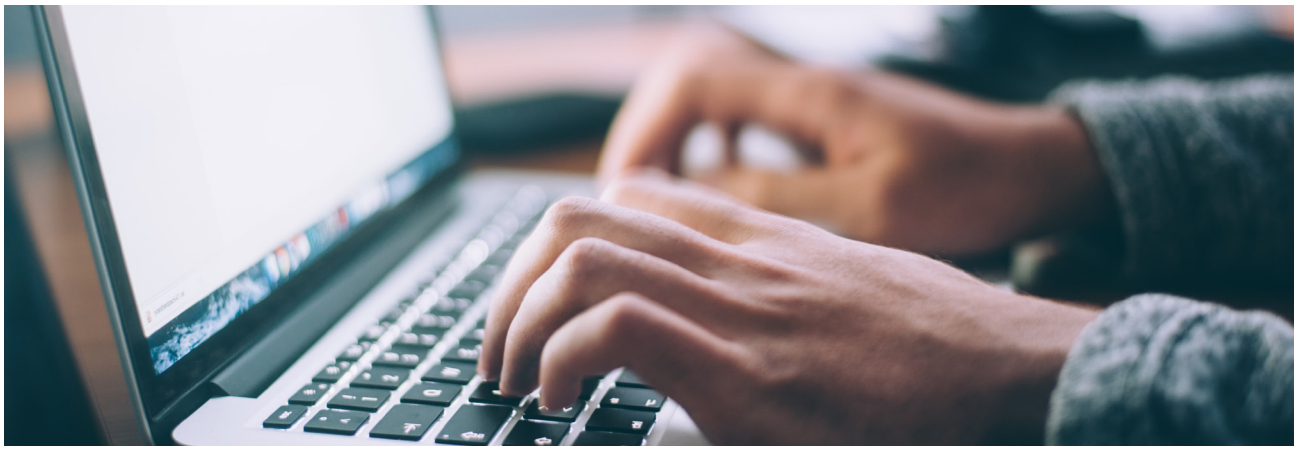
- Neposredna podpora vodjem (še posebej srednjemu managementu) pri spremljanju pretvorbe (novih) znanj in kompetenc v vrednost, pri vseh notranjih deležnikih.
- Pomoč pri vpeljavi Upravljanja z učinkovitostjo (Performance management).
- Podpora pri reševanju težav v procesih vodenja in pri nadgrajevanju kompetenc vodenja.
- Podpora pri povezovanju, sodelovanju in komuniciranju z drugimi deležniki v organizaciji.

V slovenskih organizacijah je HRM še vedno v večini neizkoriščen potencial in deluje na nivoju opravljanja administrativnih operacij, kot so, vodenje evidence prisotnosti, zaposlovanje, obračun in evidenca plač, bolniške odsotnosti ipd. Za doseganje zahtevane agilnosti in uspešnosti organizacije pa je potrebno posodobiti pristope k upravljanju s človeškim viri na vseh ravneh, zato je čas da naredimo korak naprej v smer strateškega razvoja vloge HRM, saj bo njegova podpora nosila ključno vlogo za dvig konkurenčnosti in uresničevanje zastavljenih ciljev.

Za več informacij: luka.skrjanc@hscskupina.si

pišeta Uroš Zupančič in Katja Nose Sabljak, člana strokovnega sveta ZNS

Pomembnost izračunavanja in uporabe PMI pri sprejemanju poslovnih odločitev



PMI je oznaka za Purchasing Managers Index, kar v slovenščini pomeni Kazalnik nabavnih menedžerjev. PMI torej ustvarjamo nabavniki. Je kredibilen, relevanten, zanesljiv in odličen indikator poteka prihodnjih trendov oziroma trenutnih konjunkturnih gibanj in v tujini sodi med tiste kazalnike, ki jih ekonomisti, borzniki in managerji zaradi resnično aktualnega prikaza razmer v industrijski proizvodnji najbolj spremljajo. Kazalnik spada v kategorijo ti. »leading« ali »forward« indikatorjev. Pomemben je, ker nam že danes pove, kam se giblje gospodarstvo, medtem kot poročila državnih statističnih uradov prihajajo z večjo, v primeru BDP, s 3 mesečno zamudo. Sama korelacija med PMI in BDP je neverjetna, kar nazorno pokaže slika 1.

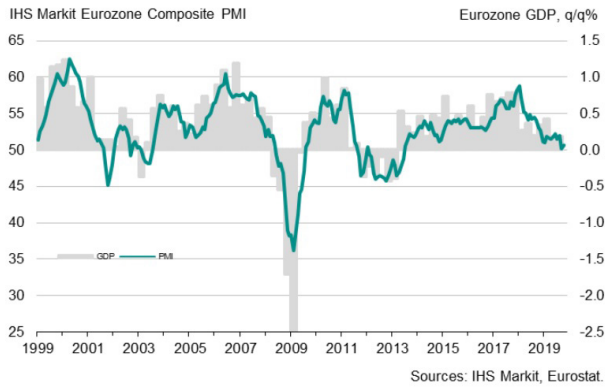
V SLO izračunavamo proizvodni PMI od maja 2014, medtem ko v večini držav EU poleg proizvodnega izračunavajo tudi storitveni PMI, ki skupaj tvorita kompozitni PMI. Direktorji nabav vsak mesec odgovorijo na vprašanja zgolj z odgovori: manj, enako, več kot prejšnji mesec. PMI vprašalnik vsebuje 9 vprašanj, izračunava pa se na podlagi petih ključnih vprašanj:

- nova naročila (30-odstotna utež),
- proizvodnja (25-odstotna utež),
- zaposlenost (20-odstotna utež),
- dobavni roki (15-odstotna utež),
- zaloge repromateriala (10-odstotna utež).

Ostala vprašanja, ki zajemajo zaloge končnih proizvodov, količino nabavljenih predmetov, vrednost nakupov in specifično raven izvoznih naročil, so namenjena zgolj dodatni informaciji pri pojasnjevanju indeksa.

Vrednost indeksa nad 50 točk pomeni, da gospodarstvo raste, vrednost pod 50 pa, da se gospodarstvo ohlaja. Višina indeksa sporoča le intenzivnost rasti. Z razumevanjem in poznavanjem PMI se lahko bolje pripravite in morda celo preprečite dogodke, ki se sicer pojavijo in nas presenetijo. Dejstvo je, da se o PMI pri nas še vedno premalo govori in s tem tudi premalo uporablja.

IHS Markit Eurozone Composite PMI



Slika 1: Primerajava kazalnika BDP in PMI

»Dr. Peter Kraljič« ***Kaj bi sporočili TOP managerjem in nabavnikom in vsem ostalim CxO-jem, da postavimo PMI na mesto, ki ga ima v ostalih državah?*** *»Intervju 2015«*

Absolutno je pri PMI potrebno začeti čisto na vrhu podjetij. PMI je odlična metoda in odličen indikator poteka prihodnjih trendov oziroma konjukturnih gibanj. Z razumevanjem in poznavanjum PMI se lahko bolje pripraviš in morda celo preprečiš dogodke, ki se sicer pojavijo in nas presenetijo. Dejstvo je, da se o PMI pri nas še premalo govori in s tem tudi premalo uporablja. Pri tem zopet poudarjam, da se ne zavedamo v kakšnem konkurenčnem globalnem okolju delujemo, tako država, kot tudi posamezna podjetja. Zato je tovrstne informacije, kot je PMI, potrebno razumeti in seveda koristiti. Pomembno se je zavedati in razumeti, da imajo s tem indeksom vsi predsedniki uprav in ostali direktorji v podjetjih v rokah dodatno informacijo, ki jim lahko koristi pri njihovih strateških, taktičnih in operativnih odločitvah. Gre za razumevanje pomembnosti informacij, ki obstajajo in njihovo koriščenje. Če se tega ne zavedamo in ne znamo izkoristiti, bomo vedno le hodili za ostalimi.

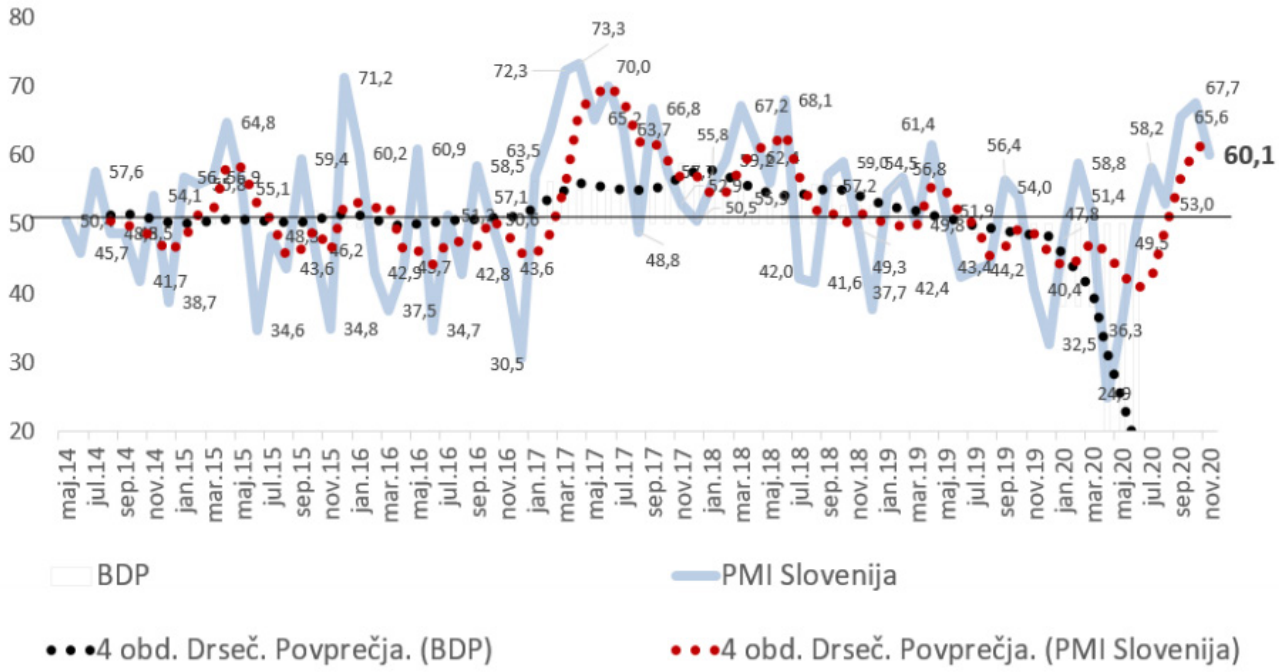
Po mojem mnenju bi bilo zelo dobro, če bi PMI koristili tudi drugi. Prvi primer je Ministrstvo za finance, saj gre za odličen indikator gibanja gospodarstva, in seveda UMAR kot sestavni del poročil, ki jih dela Urad za makroekonomske analize in razvoj. S tem bi se prav gotovo pokazala pomembnost tega indeksa.

Management v podjetju lahko na podlagi teh informacij in trendov odreagira na informacije s trga s prilagoditvijo svojih nakupnih in/ali prodajnih politik, zato v izziv vsem managerjem (izvršnim, nabavnim in prodajnim) predlagam, da svoje prihodke, prodajne količine ali kakšen drug podatek podjetja primerjajo z gibanjem PMI posameznih držav, kamor izvažajo svoje izdelke, ali pa naj celo ponderirajo PMI posameznih držav glede na deleže izvoza, s svojimi internimi podatki. Mislim, da bodo zelo presenečeni. In še nadaljnje vprašanje. Ali prodaja in prihodki zgolj sledijo trendom PMI ali se jim t.i. »škarje« odpirajo ali morda celo zapirajo?

Danes, po 6 letih izračunavanja nas zelo veseli, da so proizvodni PMI Slovenije in tudi PMI ostalih pomembnih držav na Nabavnem vrhu kazali skoraj vsi predavatelji, tako „key speaker“ dr. Jože P. Damijan, mag. Maja Bednaš iz UMAR-ja, dr. Dejan Paravan iz GEN-i, agrarni ekonomist dr. Aleš Kuhar in ostali, da ne naštevam vseh. S tem prispevajo in prikimavajo pomembnosti in uporabnosti tega indeksa. Mesečno ga pošiljamo tudi na Banko Slovenije in časopisno hišo Delo.

»Mag. Maja Bednaš (UMAR): Eden od pomembnih dejavnikov oz. kazalnikov, ki smo jih spremljali zelo pozorno že vsa leta, še pozorneje pa od marca naprej, pa je PMI indeks, ki je bil najboljši, najhitrejši pokazatelj tega kakšno je trenutno gibanje v gospodarstvu in pa seveda v storitvenih in predelovalnih dejavnostih. Na splošno je to eden od tistih kazalnikov, ki nam veliko pove v kratkem času. Za nas analitike je bil izjemno dragocen, tako da polagam na srce tistim, ki ste vključeni v pripravo slovenskega PMI, da so vaši odgovori in odzivi za nas izjemno pomembni in da dajete zgodnjo informacijo o sentimentu v gospodarstvu.«

Trenutni trend proizvodnega PMI Slovenija je zelo pozitiven, saj je njegova vrednost že 5 mesecev krepko nad mejo 50 točk, kar pa še ne pomeni, da smo ujeli velike padce meseca aprila in maja, ko sta bila indeksa zgodovinsko na najnižjih ravneh. In to ne samo slovenski PMI, temveč vsi svetovni, ki jih določene države izračunavajo že desetletja.



Danes je težko napovedovati prihodnost, a vendar trend pozitivne rasti ostaja, kakšen pa bo naklon te krivulje pa bo predvsem odvisno od PMI največjih gospodarstev EU, kamor Slovenija največ izvaža (Nemčija, Italija, ...)

Na tem mestu bi povabil vse managerje v slovenskih predelovalnih podjetjih, predvsem pa direktorje nabav, da pristopijo ali navdušijo direktorje nabave k izpolnjevanju mesečne ankete in s tem pripomorejo in sodelujejo pri ustvarjanju dodane vrednosti, ki jo prinaša proizvodni PMI. S tem se priključujemo in kažemo, da želimo biti v družbi pomembnih držav ter kredibilnih in odgovornih nabavnikov. Nabavniki imamo družbeno odgovornost in z odgovarjanjem na anketo prispevamo svoj del k makroekonomskemu zdravju in kondiciji Slovenije.

Izjave:

Uroš Primožič, Izvršni direkktor nabave, Helios d.o.o.:

»Glavna prednost PMI je njegova hitrost in ažurnost, gre za dodaten pogled na trg, ki nam poleg ostalih informacij pomaga pri razumevanju in odločitvah. Že od samega začetka redno sodelujemo pri izpolnjevanju PMI ankete , saj se zavedamo da je predpogoj za realne indekse čim več podatkov oz. čim večje število sodelujočih podjetij. Glede na našo odvisnost od tujih trgov je poleg slovenskega indeksa nujno spremljati tudi ostale, predvsem nemške in EU indekse. Priznam, da pri samem spremljanju PMI nisem preveč pozoren na številke ampak bolj na trend, ki je običajno potrditev tega, kar zaznavamo pri dnevnem delu. Vsa zahvala gre ZNS in ožji ekipi za zgodnjo uvedbo samega kazalca in redno obdelavo podatkov s tehtnimi komentarji. Veseli me tudi čedalje pogostejše sklicevanje in omenjanje PMI indeksa s strani drugih poslovnih medijev, kadar gre za komentarje in analize tržišča. «

Primož Lončar, Direktor nabave, BHS Hišni aparati d.o.o. Nazarje:

»PMI Slovenije predstavlja glas in videnje nabavnikov ter spremlja dejanske razmere v slovenskem gospodarstvu, ravno tako pa lahko znotraj tega poročila stanje 'doma' primerjamo s stanjem v nekaterih najmočnejših gospodarstvih in ravno to mu daje tisto pravo dodano vrednost. V našem podjetju BSH Nazarje smo z mesečnimi rezultati PMI poročila seznanjeni vsi nabavniki, vsak posameznik pa si ga ogleda v odvisnosti od lastne ocene uporabnosti danih informacij. Dobrodošel in zelo koristen je seveda komentar PMI poročila, ki povzame bistvo analize indeksov in podindeksov, to pa v času, ko je na voljo ogromno različnih podatkov, omogoči časovno optimalno branje podkrepljeno z dejstvi. Menim, da se velja vsem vodjem nabav potruditi in redno izpolnjevati vprašalnik PMI Slovenije, saj lahko le na ta način

zagotovimo verodostojnost rezultatov. Zdi se mi prav sodelovati in podpirati že uveljavljen PMI proces, saj to jasno kaže na pripadnost in podporo nabavni skupnosti v Sloveniji, z mesečnimi PMI poročili pa nabavniki dokazujemo širši okolici zmožnost sodelovanja, kljub različnim stanjem in ciljem znotraj podjetij.«

Tanja Kramar, Direktorica nabave, Domel:

»Indeks je pomemben pokazatelj ekonomskih aktivnosti in še naprej se bom trudila, da vam bom redno odgovarjala.

Seveda je slovenski indeks le majhen del, pokaže pa dogajanje v Sloveniji in reflektira dinamiko iz Evrope. Glede na to, da smo v našem podjetju vezani v veliki meri na Nemčijo, redno spremljam tudi le tega.«

Janez Kunič, Direktor nabave, Trimo Group:

»Za nabavo je pomembna informacija oziroma ocena, kako se gibljejo dobavni roki materialov, zaloge materialov v podjetjih, kako se bodo gibale cene surovin in vhodnih materialov. PMI je skupek kazalnikov, ki podjetju omogočajo, da optimira svoje

poslovanje, ga prilagaja razmeram na trgu in omogoča nadaljnji razvoj podjetja.«

Rok Mezgec, Direktor nabave in R&R, Weiler Abrasives Group:

»Slovenski kazalnik PMI je dobra refleksija zdravstvenega stanja ekonomije in kratkoročne napovedi proizvodnega trenda, hkrati pa tudi zanimiva samorefleksija lastnih proizvodnih in nabavnih aktivnosti ter merjenja performans preteklega meseca v primerjavi z ostalim gospodarstvom v Sloveniji, kupci in konkurenco.

Kazalnik je še posebej uporaben, ko zaznamo diskrepance med lastnimi in PMI agregiranimi podatki, kar so jasen signal, za visoko stopnjo pozornosti planiranja nabav in proizvodnje v bližnji prihodnosti.«

Za mnenje uporabnosti PMI indeksa smo prosili še predstavnika UniCredit Banke, ter hrvaško kolegico, svetovalko za nabavo in dobavno verigo, kjer indeks PMI redno uporabljajo.

Igor Orel, Zakladniški produkti za stranke, UniCredit Bank:

»Za naše stranke na dnevni ravni pripravljamo poročilo o dogajaju na finančnih trgih. Eden od pokazateljev smeri, v katero se nagibajo aktualni ekonomski trendi ter indikator srednjeročnih obetov je tudi Purchasing Managers' Index (Indeks nabavnih managerjev - PMI), ki ga pripravlja Institute of Supply Management na podlagi anketirnja v štiridesetih največjih gospodarstvih na svetu. PMI sodi med najbolj skrbno opazovane kazalnike, saj ekonomistom in gospodarstvenikom ponuja sprotno sliko o razmerah v različnih panogah realnega gospodarstva, medtem ko so statistični podatki (BDP, inflacija, brezposelnost) objavljeni z zakasnitvijo, kaže pa tudi pričakovane trende v prihodnje. Skupaj z nekaterimi podobnimi raziskavami o zaupanju potrošnikov in razpoloženju investitorjev velja za enega najpomembnejših indikatorjev razmer v svetovni ekonomiji. Za managerje v podjetjih je zelo uporabno orodje pri načrtovanju nabavnih verig in proizvodnih količin, služi pa lahko tudi kot orodje pri odločanju o prihodnjih investicijah. Trende, ki jih nakazuje PMI, upoštevajo tudi institucije kot so centralne banke in državni statistični uradi pri pripravi svojih publikacij in napovedi.«

Nataša Cikič, svetovalka za nabavo in dobavno verigo, Cronata d.o.o.:

»:PMI je parameter, ki se uporablja kot pokazatelj gospodarske aktivnosti. Izmerimo ga v območju od 0 do 100, pri čemer je vrednost 50 povprečna, indeks pod 50 pa indikator stagnacije ali upada gospodarske aktivnosti.

Prvi PMI je že leta 1948 opredelil Inštitut za upravljanje oskrbe (ISM) v ZDA in je nato temeljil na informacijah direktorjev za nabavo 400 proizvodnih podjetij.

povzetek

19. nabavne konference 2020

Dr. Martin Wagner

Univerza v Celovcu, Inštitut za napredne študije na Dunaju, Banka Slovenije, Avstrija

Pregled globalnih ekonomskih trendov in vpliv na nabavo

Dr. Wagner je predstavil trenutne COVID 19 in gospodarske razmere in obete, tako z mednarodnega, evropskega, kot tudi s slovenskega vidika. Predstavil nam je nekatera glavna tveganja. Na podlagi trenutne makroekonomske slike je predstavil 3 scenarije za naprej: optimističen, srednji in najslabši scenarij za naprej napovedi BDP, brezposelnosti, inflacije...

Richard Beaumont

Managing Director PeerPair Ltd

Nabavna in oskrbna veriga v spremenjenem okolju, ki ga povzroča COVID 19

Richard in Lovro sta poudarila pomen spremljanja denarnega toka. V krizah, kot je ta, se pokaže, kako pomembni so dobri odnosi. Richard nas je popeljal v nabavo, poudaril je, kako nabava lahko pripomore k vzdrževanju zadovoljstva naših kupcev. Bistveno je, da v tej situaciji Covid19 vzdržujemo dobre odnose s dobavitelji, da ne gremo z njimi v »zapenjanje« saj smo sedaj vsi v stresu, kupci, dobavitelji... To bomo uredili po koncu krize. Pomembno je najprej poslušati dobavitelja in potem govoriti, pomembno je, da še naprej gradimo dobre odnose z dobavitelji in kupci, planiramo in zmanjšujemo rizike, razvijati zaposlene, procese in tehnologije.

Lovro Verhovšek

Deloitte

Nabavna funkcija v "novi normalnosti" – Strateški pogled na Covid krizo

Deloitte je različne možne scenarije glede na takratno stanje epidemije predstavil članom ZNS na Webinarju 7.4. letos.

Pogled nekaj mesecev nazaj na start krize nam pokaže, da so bili osnovni scenariji pravilni, ne glede na resnost in zahtevnost le teh. Ključno je razumeti pozicijo posamezne industrije in direktnega vpliva trenutne krize na poslovanje. Glede na pozicijo potem definiramo ključne aktivnosti in ukrepe, ki bi se morali razlikovati tudi znotraj trgovine glede na kategorije in blagovne skupine, v katerih nastopamo. Ključno je izkoristiti trenutno situacijo za naslednji strateški preboj. Zanašanje, da se bomo vrnili v prejšnjo normalnost ni najboljša možnost. Bodo zmagovalci v obdobju po COVID-u podjetja, ki bodo znala poslovati v novih načinih mobilnosti, potrošnje, obnašanja?

Predlagamo, da klasičnemu naboru aktivnosti spoprijemanja s kriznimi situacijami dodate še strateški / „out of the box" razmislek. Ključno je razumeti spremenjene navade potrošnikov in temu prilagoditi delovanje nabave.

Srečko Bukovec

moderator, Združenje nabavnikov Slovenije

Okrogla miza Globalni trendi v ekonomiji in nabavi s sodelujočimi predavatelji, je osvetlila in poglobila prejšnja predavanja in odgovorila na nekatera vprašanja.

Matthias Gangl

SAP

Vpliv umetne inteligence na nabavnikovo vsakodnevno delo, praktične primere uporabe umetne inteligence na Strateško in operativno nabavno

Meni so se vtisnili v spomin podatki, da bo:

• Vsaj 50% velikih globalnih podjetij bo uporabljalo UI, napredno analitiko, IOT v oskrbne verige (OV) do 2023

• Okrog 60% operativnih nalog v nabavi ima potencial, da se v celoti ali delno avtomatizira (88% pri kreiranju naročil, 93% pri plačevanju

• 76% proizvajalcev že dela na alternative pametnega podjetja

Bodočnost gre v smer digitalne nabave, inteligentne, avtomatizirane in avtonomne nabave, kar bo znižalo stroške nabave za 8-12%. Avtomatizacija obdelave računov naj bi zmanjšala stroške zaposlenih za 30-35%.....

Cristian Bolzon

CPO Breton SpA, Italija

Razpoložljivost in kvaliteta podatkov ter poslovna analitika v nabavi

V Breton je to da so postali podjetje, vodeno na osnovi podatkov, postalo tudi kolo sprememb, kar pomeni inovirati, podatki so postali strateški del njihovega načina dela, so postali nova kultura dela. Pomembna je seveda kvaliteta podatkov. Kot je rekel Edward Deming- brez podatkov ste le še ena oseba z svojim mnenjem.

Renee Ahel

Cirtuo, Hrvaška

Demistificiranje umetne inteligence v nabavi

Izvedeli smo veliko o tem, kako bo umetna inteligenca vplivala na vsakodnevno poslovanje in zlasti na nabavo? Umetna inteligenca nas bo oskrbela s sposobnosti "super človeka" - zakaj jih potrebujemo? Zakaj UI ne more v popolnosti nadomestiti človeka? Kako re definirati strategijo v strateški nabavi?

Jurij Giacomelli

Giacomelli Media Management and Consulting

Krožne priložnosti v nabavi

Omejitve planeta Zemlja terjajo temeljit premislek o namenu poslovanja, z njim se spreminjajo poslovni modeli in prakse. Kdor želi biti poslovno uspešen v prihodnosti, išče rešitve v okviru načel trajnostnega razvoja in krožnega gospodarstva.

Uveljavljanje krožnih poslovnih modelov je povezano z re -pozicioniranjem podjetij v verigah vrednosti. Nove tehnologije znižujejo transakcijske stroške in omogočajo ekonomičnost poslovanja na trajnejši način. Sposobnost povečevanja produktivnosti, obnavljanje virov in njihovo vračanje v nadaljnje proizvodne in potrošne cikluse postaja temeljna konkurenčna prednost. Aktivna krožna naravnanost v nabavi zato prinaša nove priložnosti in omogoča, da se izognemo poslovnim tveganjem, tako linearnim kot krožnim.

Dr. Vladimir Nikolajević

Frikom, Srbija

Trajnostna nabava kot konkurenčna prednost: primeri iz prakse

Ustvarjanje notranjega okolja za izvajanje nabave v skladu z merili trajnostnega razvoja je ena od poglavitnih prvin prilagajanja naročil sodobnemu poslovanju. Trajnostna nabava ne zmanjšuje le skupnih stroškov materiala in storitev, temveč kaže tudi analitično, dolgoročno in strateško upravljanje stroškov družbe z razumevanjem skupnih stroškov naložb, poslovanja, vzdrževanja in stroškov. Čeprav so lahko na prvi pogled naložbeni stroški med postopkom nabave nekoliko višji, bo skupni strošek izdelka v njegovem življenjskem ciklu nižji, kar pa je primerjalna prednost, ki jo družbe uporabljajo. Te priložnosti bodo ponazorjene in predstavljene na dobrih praksah s področja izdelkov široke potrošnje.

Jelena Stojanović

Hemofarm AD, Srbija

Koncept trajnostne in družbeno odgovorne nabave

Pri Hemofarm je agilna in fleksibilna nabava integrirana v procese podjetja, kar me zelo veseli. Zelo pomembna je kvaliteta, transparentnost, nenehno optimiranje, vzdržna nabava- Nabavni timi pri njih so raje vodilni člani timov in ne sledilci. Imajo svojo Stada nabavno akademijo in skrbijo za razvoj nabavnikov in timov.

Matej Klasinc

Bureau Veritas d.o.o.

S pomočjo ISO 20400:2017 do trajnostne nabave

Izvedeli smo: Kaj je namen standarda ISO 20400? Kako lahko vodnik k trajnostni nabavi pomaga podjetjem na poti k trajnostnemu razvoju z nabavnega vidika? S kratkim pregledom smernic ISO 20400:2017 smo prepoznali, kako integrirati trajnost v nabavne politike in strategije, kako nabavno funkcijo organizirati na poti k trajnosti in kako le-to vključiti v sam nabavni proces (od planiranja, nadgradnje zahtev, izbire dobaviteljev do upravljanja pogodb).

Primož Lončar

BSH

Primož je postal nabavni manager leta 2020.

Iskrene čestitke!

Lovro Verhovšek

Deloitte

Strateški pogled na trenutno COVID krizo

Zbrali smo utrinke iz pomladanskih napovedi in jih primerjali s trenutno situacijo, kar nas vodi do zaključka, da se moramo pripraviti na bistveno večji obseg sprememb v poslovanju in poslovnem okolju, kot upali še do pred kratkim.

Herve Legenvre

EIPM (The European Institute of Purchasing Management) Francija

5. generacija nabave

Njegovi zaključki so, da se mora večina izmed nas:

• odlikovati po učinkovitosti in po inovativnosti,

• izkoristiti digitalna orodja in strateške pogovore,

• obvladati standardizacijo in personalizacijo,

• zagotoviti rezultate tako glede stroškovne kot trajnostne učinkovitosti.

V tem okviru je prilagodljivost je izrednega pomena, agilnost je ključna.

Sočasno moramo uporabljati različne načine dela za reševanje različnih situacij.

In ko se svet razvija okoli nas, se moramo biti sposobni hitro prilagajati; nov okvir postavlja hitrost sprememb v središče, kako čim hitreje dosežemo različne cilje. Ta okvir opisuje šest načinov dela, ki jih morajo nabavne organizacije obvladati.

Nabavne ekipe bodo morale sprejeti poslovno miselnost in se hitro preusmeriti iz enega delovnega načina v drugega.

Søren Vammen

Kairos Commodities, DILF, Danska

5 napovedi/trendov v nabavi

Nenehne spremembe so postale stalnica. Agilnost je postala obvezna kompetenca nabavnika. Digitalizacija, novi poslovni modeli, nestanovitne makroekonomske razmere in mladi s presenetljivo drugačnimi pričakovanji pri vstopanju na trg delovne sile – kako se z vsem tem spopasti v nabavni verigi? Kakšna bo prihodnost nabave, upoštevajoč nenadne spremembe? S katerimi novimi dilemami se spoprijemajo vodje? Ugotovitev Soerna je, da bodo nabave postale /"software companies" – operativna nabava se bo zmanjšala- prevzemajo jo roboti. Strateška nabava ostaja v človeških rokah.

Miloš Čirič

lobist

Jaz kot brend

Vsak človek je brend. Vprašati se moramo, kdo je znan, pomemben, od koga je odvisen naš uspeh v službi ali doma. Naš uspeh je odvisen tudi od tega, kako nas vidijo drugi. Če imamo zaupanje, nam to prinaša dividende. Če ga nimamo, mnogo težje opravljamo delo in z večjimi stroški. Seznanili smo se s tem, kaj je značilno za dobre brende, kako lahko ugotovite vrednost svojega brenda, s katerimi strategijami ga lahko izboljšate in kako lahko dvignete svoj brend na višji nivo. Bolj kot si prepoznaven, lažje je. Naša komunikacija odraža to v čem smo dobri, kaj imamo radi. Naučiti se moramo dobro pisati! Standard ob koncu vsakega srečanja bi moral biti, da ljudem pokažemo energijo in pokazati željo, da se spet vidimo.

Danijel Banek

Atlantic Grupa, Hrvaška

Človeški faktor v nabavi, pripravljen na prihodnost

• Spremembe v nabavi, ki zahtevajo različne profile strokovnjakov za nabavo

• Človeški izziv v nabavi: kako pritegniti in obdržati vrhunske talente

• Skozi SWOT analizo nabavne funkcija nas je Danijel popeljal v kompetence nabavnikov - ali ima nabava kakšne prednosti in kakšne so naše možnosti pri iskanju najboljših delavcev; Kakšne vloge potrebuje/bo potreboval nabavnik prihodnosti – prihodnost nabave je v digitalnem načinu organizacije -

• Kakšna je vloga digitalnih tehnologij pri tem, da nabava postane privlačnejši poklic

• Na koncu nam je Danijel predstavil Pristop in izkušnje Atlantic Grupe

Mitja Selan

Zavarovalnica Triglav, d.d. (Direktor nabave)

Praktični primer delovanja strateške nabave v Zavarovalnici Triglav

Razložil nam je – zakaj so v Triglavu ustanovili strateško nabavo in katere procese pokriva strateška nabava ter kako izvajajo operativno naročanje . Dotaknil se je ključnih organizacijskih, človeških in tehnoloških dejavnikov uspešnega delovanja strateške nabave v praksi, samega merjenja uspešnosti nabavne funkcije in glavnih aktualnih izzivov iz okolja, s katerimi se nabava srečuje pri doseganju svojih ciljev.

Sara Isaković

OI podprvakinja, magistra performance psihologije, TEDx govornica

Kako bolj samozavestno proti svojim ciljem

Sami sebi smo pogosto največja ovira. Rodili so se samozavestni, pozitivno naravnani, nekje na poti do odraslih let pa smo pa vse to izgubili. Igro, sanje, zdravo samopodobo. Pogovarjali smo se o samozavesti, kaj sploh je in kako se psihološko naravnati, da bomo lažje dosegali svoje začrtane cilje. Cilje moramo zavestno postaviti! Vzeti si moramo čas in si cilje dobro razdelati in potem se moramo držati zastavljene poti. Enkrat, ko smo svoj najboljši prijatelj, smo veliko bolj odločni, motivirani, produktivni in navsezadnje srečnejši. Če hočemo cilj resnično doseči, moramo biti 100% odločeni, da ga bomo dosegli in jih vizualizirati in si zapisovati dosežke.

Najbolj odločilen faktor, je da verjamemo vase in v to da smo vredni uspeha. Če imamo podzavestno vsaj en dvom, ne uspemo. To, kako se vidimo, odloča o tem, kako se bomo obnašali. Izogibajmo se komentarjev, ki napadajo našo identiteto in samopodobo. Svoj povzetek bom zaključila s Sarinimi besedami: »Sanjajmo- vse je mogoče!«

Dorottya Nagy- Józsa

Y2Y Business coaching, ICF Hungarian Chapter, Madžarska

Medgeneracijsko sodelovanje – Kako vključiti milenijce

O različnih značilnostih milenijcev se je v zadnjih letih zelo veliko razpravljalo. Dorka nam je predstavila: Kaj od vsega tega zanje drži? Ali so enaki nam, ko smo bili tudi sami mladi? Ali je glede njih kakšna posebnost, ki bi se je morali zavedati in je upoštevati, če se jim želimo kar najbolj približati? Spoznali smo v čem so milenijci različni. V povprečju milenijci živijo pri starših do 26 leta- v Sloveniji celo do 27,5 leta. Njihovi možgani so bolj digitalni, vendar so potrebni priznanja, hitro menjajo službe, če niso zadovoljni. Covid in digitalizacija gre z roko v roki z melenijci - če je pred Covidom delalo od doma okoli 5% zaposlenih, sedaj dela v CEE 28%, USA 42% in VB 75%. Šokantno - v CEE se mama ukvarja z otroki 23.5 h in oče 7,1h na teden.

Tudi milenjci pogrešajo mreženje, osebni kontakt.

Marina Lindič

programska vodja konference

Zaključki konference

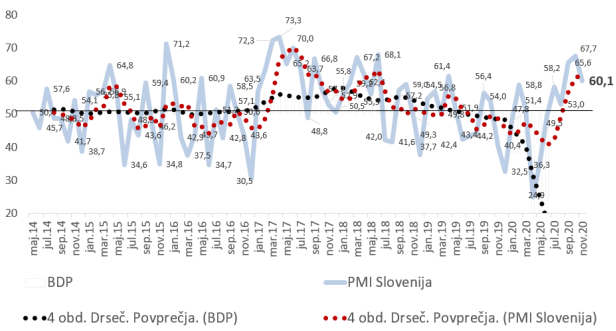
PMI Slovenija

PMI meseca novembra že peti mesec zapored nad mejo 50

Ključni podatki:

- **PMI november 2020 = 60,1** (oktober 2020 = 67,7)
- Rast novih naročil
- Podaljševanje dobavnih rokov
- Rast zaposlovanja
- Rast proizvodnih aktivnosti

Zgodovinski pregled



Povzetek

Proizvodni PMI se je meseca novembra ustavil na 60,1 točke (oktober 67,7 in je zopet visoko nad mejo 50 točk. Za ponovno visoko vrednost indeksa so poskrbeli praktično vsi pomembni podindeksi z izjemo zalog ma- teriala, ki so se je glede na pretekli mesec znižala.

Indeks novih naročil se je povzpel na 66,8 točke, čemur je sledil tudi indeks novih zaposlitev, ki je že tretji me- sec nad 60 točkami in znaša 61,0 točke. Podjetja po- novno poročajo o podaljševanju dobavnih rokov in dvigovanju nabavnih cen.

Indeks podaljšanih dobavnih rokov znaša 61,8 točk, medtem ko je indeks nabavnih cen najvišji v zadnjih 27 mesecih in znaša 66,5 točke. Podjetja z indeksom 65,1 točke poročajo, da so se jim povečale zaloge končnih produktov.

Komentar

Proizvodni PMI Eurozone se je meseca novembra usta- vil na 53,6 točke (oktober 54,8 točke), kar kaže na na- daljevanje oživljanja gospodarstva. Medtem se je kom- pozitni PMI znašel pod mejo 50 točk in znaša 45,1 toč- ke (oktober 50,0 točke).

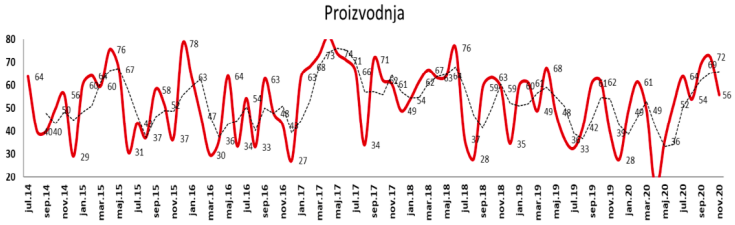
Nemški proizvodni PMI se je iz oktobrske vrednosti 58,2 točke spustil na vrednost 57,9 točke, kar še vedno pomeni zelo visoko rast proizvodnega sektorja. Kom- pozitni PMI je ponovno nižji kot pretekli mesec in znaša 52,0 točke, medtem ko je oktobra znašal 55,0 točke. Nižjo vrednost kompozitnega indeksa gre pripisati sto- ritvenemu PMI, ki znaša 46,2 točke (oktober 49,5 toč- ke).

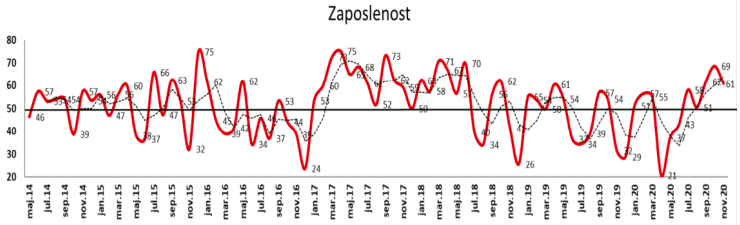
Ameriški proizvodni PMI se je meseca novembra povz- pel na 56,7 točke (oktober 53,4 točke) in se nahaja na 74 mesečnem vrhu. Japonski PMI že od začetka krize COVID-19 ostaja na ravneh pod 50 točk in v mesecu novembru znaša le 47,0 točke (oktober 48,0 točke).

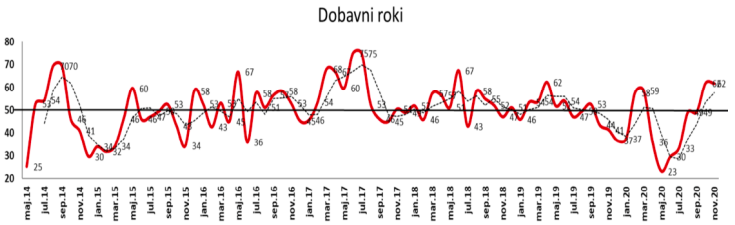
Gibanje indeksa PMI kaže, da se gospodarstva ponovno počasi krepijo in podjetja z novimi naročili polnijo svoje proizvodnje kapacitete. Se pa ponovno močno poveču- je razlika med proizvodnim in storitvenim PMI, ki je zaradi Covid-19, odpuščanj ter pogojenih socialnih dis- tanc in t.i. »lock-down«-a v zelo težkem položaju.

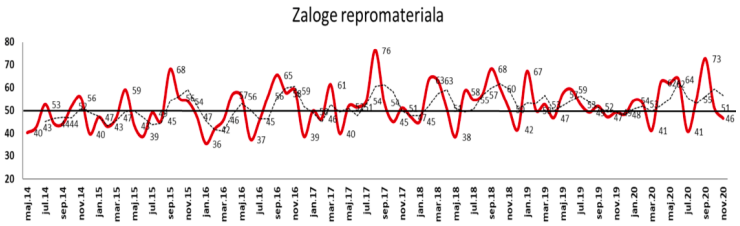
Združenje nabavnikov Slovenije

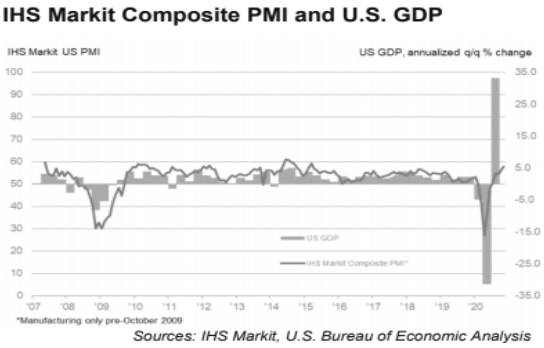
Gibanje posameznih ključnih kazalcev za izračun vrednosti PMI in gibanje PMI v ostalih velikih svetovnih ekonomijah in državah sveta

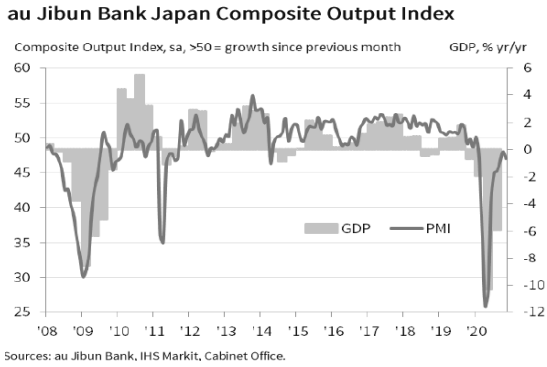












NAPOVEDNIK DOGODKOV

Nabavni vrh 2021

Nabavni vrh 2021 bo **30.9.2021.**
O podrobnostih dogodka vas bomo pravočasno obveščali.

Nabavna konferenca 2021

V sodelovanju s Planet GV bo **13. in 14. maja 2021** potekala **Nabavna konferenca 2021** in letno srečanje nabavnikov. O dogodku vas bomo obveščali.

Strokovni posvet: Back to basics

Strokovni posvet bo potekal **18.03.2021 v Ljubljani.** O dogodku vas bomo pravočasno obveščali.

Sponzorji

Partnerji

Združenje
Purchasing
nabavnikov
Association
Slovenije
of Slovenia

Nabava bo postala strateška funkcija v vsakem slovenskem podjetju, v okviru katere nabavniki s svojim strokovnim in etičnim delovanjem ključno pripomorejo k uspešnosti poslovanja podjetja in njegovem razvoju.

Združenje nabavnikov Slovenije
Purchasing Association of Slovenia
Dimičeva ulica 13
SI-1000 Ljubljana

01 786 14 62
01 589 82 19
info@zns-zdruzenje.si

www.zns-zdruzenje.si