



NABAVNIK.SI

E.ČASOPIS ZDRUŽENJA NABAVNIKOV SLOVENIJE

ŠTEVILKA 1 / 2015

Urednik e.časopisa

Uroš Zupančič

Upravni odbor ZNS:

Marina Lindič,
predsednica
Srečko Bukovec,
podpredsednik
Marko Lekše,
Mojca Gostiša,
Pavel Štaudohar

Strokovni svet ZNS:

Srečko Bukovec,
predsednik
Melita Bračič
Matjaž Marovt,
Valči Plut,
Luka Rutar,
Sonja Šrubar Lovšin,
Uroš Zupančič,
Alenka Valenčič,
Anže Šinkovec,
Vlado Prosenik,
Stojan Stegel,
Katja Nose Sabljak

ZNS v letu 2014

Spoštovane nabavnice in nabavniki!

ZNS stopa že v 13. leto svojega obstoja.

Naše aktivnosti se v zadnjih letih povečujejo. Tako smo v letu 2014, poleg običajnih dveh strokovnih posvetov (enega spomladi in drugega jeseni) in soorganiziranja Nabavne konference maja v Portorožu, skupaj s Planetom GV, v letu 2014 organizirali dodatna dva dogodka, s ciljem povečanja dodane vrednosti za naše člane in druge zainteresirane s področja oskrbnih verig in nabave.

Pregled dogodkov v letu 2014:

20. november 2014

Izveden je bil strokovni posvet na temo Category Management oziroma Upravljanje v nabavi z blagovnimi skupinami

02. oktober 2014

Izveden je bil NABAVNI VRH LETA 2014 z dr. Petrom Kraljičem

16. maj 2014

Na 13. NABAVNI KONFERENCI 2014 je bilo članu ZNS – Marku Lekšetu, izvršnemu direktorju sektorja Nabava v podjetju Adria Mobil, d.o.o., podeljeno priznanje NABAVNIK LETA 2014

15. maj 2014

Izvedena je bila 12. REDNA SKUPŠČINA v okviru 13. NABAVNE KONFERENCE 2014 v Portorožu

17. april 2014

Izvedena je bila delavnica »NOVOSTI IN RAZMERE NA TRGU ZEMELJSKEGA PLINA«

20. marec 2014

Izveden je bil strokovni posvet »NABAVA JE UČINKOVITA. ALI RES?«

V Upravnem odboru in Strokovnem svetu smo si tudi za leto 2015 zadali ambiciozne cilje, katere želimo skupaj z vami tudi uresničiti. Ponovno planiramo večje število dogodkov, vse z namenom, da bomo čim hitreje uresničevali našo vizijo, katero smo spremenili v lanskem letu in se glasi:

»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.«

Marina Lindič
Predsednica
Združenja nabavnikov Slovenije

Kazalo

Uvodnik

ZNS v letu 2015

**Koledar
dogodkov**

**”Najboljši način
napovedovanja
prihodnosti je
njeno
oblikovanje.”**

**Priprava kot
temelj
uspešnega
komuniciranja**

**Nabavni
manager leta**

**Sponzor se
predstavi**

ZNS v letu 2015

Spoštovane bralke in bralci Nabavnika.si!

V Združenju nabavnikov Slovenije smo lansko leto praznovali 11 obletnico delovanja. Za naprej smo si postavili novo vizijo in ambiciozne cilje, zato želimo našo novo vizijo in cilje podpreti tudi s prenovno celostne grafične podobe združenja.



S prenovljenim logotipom povezujemo vizijo, poslanstvo in vrednote Združenja nabavnikov Slovenije.

V znaku vidimo tako črko Z, za združenje, črko N, za nabavnike, besedo Slovenije pa smo povzeli z barvami, ki so povzete iz slogana I feel Slovenia.

Puščice označujejo in nakazujejo na dinamičnost, komunikacije, aktivnost, gibanje, promet, nabavno verigo in vse kar je povezano z nabavo. Zelena barva je barva umirjenosti, preudarnosti, trajnosti, povezanosti, saj mora nabava postati trajnostna, zelena, okoljska in družbeno odgovorna. Siva barva pa ponazarja povezavo in trdno osnovo, profesionalnost, etiko in temelj našega delovanja.

Naj nov logotip Združenja nabavnikov Slovenije simbolično pripomore k večji prepoznavnosti, povezanosti in samozavednosti nabavnikov v slovenskih podjetjih.

VIZIJA:

»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.«

POSLANSTVO:

- Dvig ugleda nabavne funkcije
- Izmenjava in širjenje izkušenj, znanja in informacij
- Izobraževanje, raziskovanje na področju nabave in oskrbnih verig,
- Uporabo etičnih standardov in standardov odličnosti,
- Mreženje ter sodelovanje na področju nabave in oskrbnih verig, v skrbi za čim boljše upravljanje izdatkov v svojih delovnih sredinah
- Povečanje dodane vrednosti in učinkovitosti slovenskih praktikov s področja nabave in upravljanja oskrbnih verig

VREDNOTE:

- Etično in moralno delovanje
- Suverenost in neodvisnost članov
- Znanje in inovativnost
- Strokovnost in odgovornost
- Sodelovanje in povezovanje

S ciljem povečanja dodane vrednosti za naše članke planiramo naslednje aktivnosti za 2015:

1. PMI- Purchaser Manager Index- Slovenije

pridobiti zadostno število nabavnih menedžerjev iz slovenskih podjetij, ki bodo vsak mesec odgovarjali na anketo, da bomo lahko začeli izračunavati kredibilen PMI za Slovenijo

2. Povezovanje in krepitev sodelovanja tako v Sloveniji kot tudi mednarodno

SLOVENIJA:

Združenje Manager, Gospodarska zbornica, Trgovinska zbornica, Planet GV, A.T. Kearney

TUJINA:

IFPSM- International Federation for Purchasing and Supply Management

Adaci (Treviso)- italijansko nabavno združenje

HUND - hrvaško nabavno združenje

HALPIM - madžarsko združenje za nabavo in logistiko

DILF - dansko združenje za nabavo in logistiko

BME – nemško nabavno združenje

3. LinkedIN ZNS:

oživiti izmenjavo izkušenj in razprave o pomembnih temah za slovenske nabavnike

4. Področje izobraževanja in izmenjavanje dobrih poslovnih praks:

Sodelovanje s fakultetami in izobraževalnimi ustanovami za pripravo izobraževalnih predmetov in programa izobraževanja za bodoče nabavnike:

- Ekonomska fakulteta v Ljubljani
- IEDC Bled
- omogočanje brezplačnega članstva za študente

Dragi bralci in bralke Nabavnika.si. Veselim se srečanj z vami na naših dogodkih tudi v letu 2015!

Marina Lindič

Predsednica Združenja nabavnikov Slovenije,
Članica uprave IFPSM

Koledar dogodkov v letu 2015

16. april 2015 — Strokovna delavnica

Delavnica



Prenova procesov in organizacijske oblike nabave

četrtek, 16. 4. 2015, v podjetju DANFOSS TRATA d.o.o., Jožeta Jame 16, 1210
Ljubljana - Šentvid

Kako organizacija nabavnega procesa vpliva na učinkovitost nabave in na poslovanje celotnega podjetja? Kako se organiziranost nabavnih procesov razlikuje glede na različne pravne oblike gospodarskih družb?

14. in 15. maj 2015 - 14. Nabavna konferenca



**14. NABAVNA
KONFERENCA 2015**

14. in 15. maja 2015,
GH Bernardin, Portorož

Kako do prihrankov in uspešnega partnerskega sodelovanja v nabavi

1. oktober 2015 - Nabavni vrh 2015

Napoved gibanja cen surovin v letu 2016

19. november 2015 — Jesenski strokovni posvet

Že 7. razpis za **NABAVNEGA MANAGERJA!**

Prijave: do 24. aprila 2015

*Naredimo skupaj korak naprej v razvoju nabavne stroke,
izboljšajmo ugled nabavne funkcije in poskrbimo
za večjo vplivnost nabavnih managerjev.*

NABAVNI MANAGER
2015

Pokažite svoje dosežke in vaš prispevek k razvoju nabavne stroke

Planet GV in Združenje nabavnikov Slovenije objavljata razpis za priznanje

"NABAVNI MANAGER 2015".

V okviru **14. NABAVNE KONFERENCE 2015** je odprt že **7. razpis za nabavnega managerja leta**. Znano je, da nabavna funkcija vse bolj pridobiva na pomenu, pa vendar še ni dovolj cenjena oz. enakovredna drugim poslovnim funkcijam v organizacijah. Z vsakoletnim razpisom in izborom Nabavni manager leta, želimo spodbujati **vplivnost nabavnih managerjev ter izboljšati ugled nabavne funkcije**.

Naredimo torej skupaj korak naprej v razvoju nabavne stroke! Vabimo vas, da se prijavite na razpis oz. predlagajte vašega kandidata - nabavnega managerja za pridobitev naziva **"Nabavni manager 2015"**.

Informacije, kdo se lahko prijavi, kakšni so pogoji in kaj ocenjuje strokovna komisija, boste našli v *Merilih za izbor nabavnega managerja 2015*. Obiščite spletno stran www.zdruzenje-zns.si ali www.planetgv.si.

Prijave pričakujemo do vključno 24. aprila 2015. Razglasitev prejemnika priznanja "Nabavni manager 2015" pa bo 14. maja 2015 v Portorožu, na Nabavni konferenci 2015.

Stopite iz ozadja in se prijavite!

Planet GV in Združenje nabavnikov Slovenije

"Najboljši način napovedovanja prihodnosti je njeno oblikovanje."

Peter Drucker (Wall Street Journal, Harvard Business Review, The Atlantic Monthly, and The Economist)



Z valutnimi tveganji, cenovnimi tveganji in tveganji nasploh, se nabavniki permanentno srečujejo pri svojem delu. Obvladovanje vseh vrst tveganj je pomembno tudi za druge poslovne funkcije v podjetju. Zaradi tega je toliko pomembnejše, da imamo v podjetju sistematično urejen dostop do vitalnih informacij, ki so osnova za kvalitetno odločanje. Možnosti imamo veliko, vsako podjetje pa mora najti način, ki je najbolj primeren za njegovo obliko organiziranosti.

Ob začetku leta se radi oziramo v

preteklo poslovno leto in ugotavljamo, na katerih predvidevanjih in seveda odločitvah smo "padli na izpitu." Skoraj nemogoče je, da bi vedno ujeli najugodnejši trenutek za naročanje materialov, na katerih cene imamo omejen vpliv. V mislih imam predvsem barvne kovine in materiale, na katerih cene ima bistven vpliv cena surove nafte.

V našem podjetju vsakodnevno spremljamo cene barvnih kovin in valutna razmerja na LME. Mesečno pa izdelujemo analizo povprečnih cen, ki nazorno prikazuje trend gibanja cen barvnih kovin in valutnih parov. Prejemniki analize so vsi nabavniki, prodajniki in vodje drugih neposredno povezanih poslovnih funkcij. Na odločitve o oblikovanju cen, o katerih se nabavniki pogajamo z dobavitelji, neposredno vpliva politika oblikovanja prodajnih cen. Poleg spremljanja cen na LME, spremljamo tudi napovedi in ocene drugih institucij, ki se profesionalno ukvarjajo z analizami in projekcijami. Dejstvo pa je, da je odločitev in odgovornost na naši strani. Čim več kvalitetnih informacij in njihove navzkrižne

primerjave so osnova za kvalitetne odločitve, ob pravem času in na pravem mestu.

Predhodno ocenjena inflacija za evroobmočje je februarja 2015 znašala -0.3 %, kar je za polovico manj kot januarja, ko je znašala -0,6%. Cene energentov so se na ravni leta 2014 znižale za 7,9%, najvišji porast cen je uspel storitvam, ki so se podražile za 1,1%.

Evro območje je v 2014 doseglo 0,9% gospodarsko rast, kar je bistveno več kot 2013 (-0,5%), vendar pa kljub temu okrevanja, kot ga kaže gospodarstvo v ZDA, ni na vidiku.



Evske obrestne mere so v marcu svojo pot rahlo obrnile navzgor, vendar pa si zaenkrat nihče ne upa z gotovostjo trditi ali gre samo za kratkoročen popravek padajočega trenda, ali pa se obetajo večje spremembe.



V zadnjih dneh zelo presenečajo valutna razmerja. USD

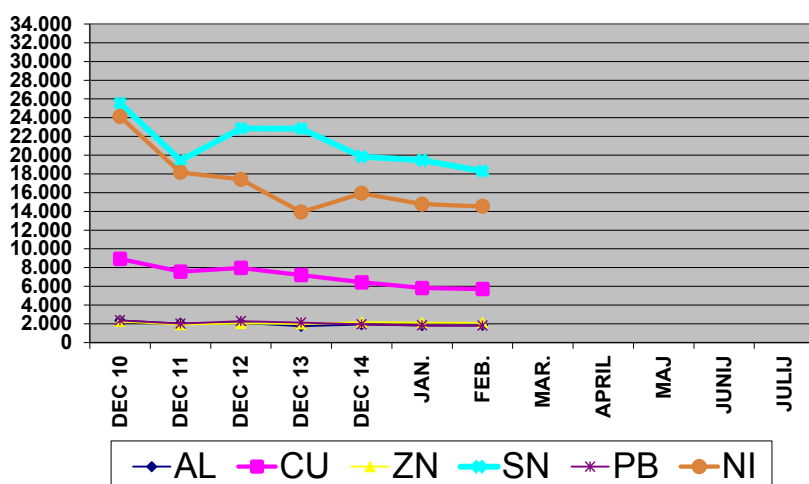
je dosegel zgodovinsko visoko vrednost v primerjavi s CHF in EUR.

Prvi meseci letošnjega leta kažejo na to, da bo leto 2015, leto velike volatilitnosti in presenečenj na vseh področjih. Zato je toliko pomembnejše, da dobesedno "bedimo" nad dogajanjem in se s pravočasnimi ukrepi zaščitimo pred negativnimi vplivi na poslovanje v podjetjih.

Valči Plut

Direktorica nabave in logistike
Iskra, d. d.

Gibanje cen barvnih kovin v \$





Priprava kot temelj uspešnega komuniciranja

Če nas kdo vpraša, ali vemo, kaj je temelj uspešnega komuniciranja, mu seveda odgovorimo pritrtilno. Prepričan sem, da jih vsak našteje lahko kar nekaj. Vprašan je pa je, koliko dejansko upoštevamo le-te v vsakodnevni praksi, še posebej pri komuniciranju s težavnejšimi sogovorniki.

Vzemimo za primer pripravo. Kolikokrat si vzamemo čas in se pripravimo na našega sogovornika, naj si bo to za pogajanja glede cene ali pa na zasebnem področju. Priprava na našega sogovornika, jasno določanje namena ter cilja razgovora je ključen element v komuniciranju, ne glede na to ali osebo poznamo ali ne. Če nimamo jasnega cilja in prav tako jasno določeno, kako bo doseganje ali nedoseganje zastavljenega cilja vplivalo na ostale dejavnike, kot so uspešnost, odnosi, doseganje različnih planov, in drugo, je podobno kot da naši GPS navigaciji ne damo točne podatke o naslovu, kam želimo priti. Samo veste, kaj se zgo-

di potem. Dobra priprava je kot natančne koordinate v navigaciji, pomagajo nam hitreje in z manj stresa do želenega cilja. Omogoča nam poznavanje pokrajine, kjer se vozimo, ter tudi če pride do obvoza in stvari niso take kot smo jih planirali, še vedno vemo, kam se peljemo. Prav tako je v komuniciranju. Če poznam kakšen je moj sogovornik, njegov način komuniciranja (hiter, počasen, natančen, splošen, in drugo), kako se pogaja (pozicija moči ali pozicija reševanje problema), če poznam ne le njegove cilje, temveč predvsem njegov namen, lahko zagotovim pogoje za win-win način komuniciranja ter s tem dolgoročno primeren odnos.

Win / Win Connection
Starts with Listening!

Prav tako so raziskave pokazale, da z osebami lažje komuniciramo, če vemo, kako so videti. Zato je ena od pomembnih stvari, če osebe ne poznate, da poiščete njeno/njegovo sliko. Tu nastopijo prednosti socialnih omrežij in interneta. Prav tako se pozani-

PEOPLE SEARCH



majte pri svojih kolegih, kakšne izkušnje imajo z vašim bodočim sogovornikom. Pri tem pa se zavedajmo dejstva, da so mnenja

drugih lahko tudi napačna, tako da dopuščajmo možnost drugega prvega vtisa.

Kot vemo je potrebno v GPS napravo vtipkati določene podatke, če želimo da opravi svoje delo, prav tako je pri komuniciranju. Vsemu skupaj pa damo dodatno pomembnost, ko te stvari zapišemo. Ni dovolj, da naredim pripravo v mislih, temveč želeno strukturo, podatke o naših sogovornikih, jasno definirane cilje ter namen sestanka, pogajanja ali pogovora zapišimo. S tem damo sebi jasen signal, da je to pomembno ter imamo do komuniciranja primernejši odnos, kar seveda naši sogovorniki zaznajo ter se na to odzivajo drugače kot običajno.



Komunikacijskih orodij obstaja resnično veliko, vendar poznavanje le-

teh še ne pomeni njihovo učinkovito rabo. Velikokrat je pravilo, da ljudje rečejo »saj to pa poznam«. Vendar je med poznavanjem nečesa in učinkovito uporabo, velika razlika. Pobrskajte po svojih izkušnjah, zapišite si, kdaj in v katerih primerih ste bili učinkoviti in kaj natančno je bil vzrok za vašo komunikacijsko učinkovitost, ter prav tako naredite tudi za neuspele poskuse. Tam je prostor za izboljšanje. Znanja in možnosti so vam na voljo, večino jih že poznate, izkoristite jih!

Luka Škrjanc
Professional Training & Coaching

KO GRE ZA ENERGETSKO UČINKOVITOST, ZAUPAM MEDVEDU!



VEČ O VGRADNJI IZOLACIJE



URSA GLASSWOOL - VRHUNSKA TOPLOTNA IN ZVOČNA IZOLACIJA

Kadar gre za popolno toplotno in zvočno izolacijo poševnih streh, predelnih sten in drugih konstrukcij, je izbira enostavna - URSA GLASSWOOL.

T: 080 73 10 www.ursa.si



URSA danes

Z dvanajstimi tovarnami in več kot 2000 zaposlenimi, družba URSA na mednarodnem tržišču ustvarja več kot 542 milijonov EUR prihodkov (l. 2007). URSA ima proizvodnje izolacijskega materiala v Španiji, Franciji, Belgiji, Nemčiji, Italiji, Turčiji, Rusiji, na Poljskem in nenazadnje v Sloveniji. Uvršča se med vodilne proizvajalce izolacijskega materiala za gradbeništvo v

Evropi..

Družba **URSA Slovenija d.o.o.** je sodobno in uspešno podjetje, ki znotraj skupine URSA pokriva regijo Mediteran & JV Evropa. Večino prihodkov ustvarimo na tujih trgih, kar nas uvršča med največje izvoznike v Sloveniji. Naša razvojna strategija, kakovost naših proizvodov in spoštovanje ekologije ter interesov naših partnerjev, so zagotovili blagovni znamki URSA ugleden

položaj na številnih evropskih trgih.

V podjetju URSA si z gotovostjo upamo trditi, da smo skozi leta bistveno doprinesli k dvigovanju zavesti o pomembnosti zado-
stne toplotne zaščite ovojja stavb in s tem prispevali kamenček v mozaiku energijsko varčne in ekološko usmerjene gradnje. Naše vodilo je postati najboljši partner pri zagotavljanju visoke kakovosti bivanja, tako z vidika toplotne, kakor tudi z vidika zvočne zaščite.



Svojo prihodnost določaš danes!

ŠTUDENTI! BREZPLAČNO članstvo!

Postani član

Zdrúženja nabavnikov Slovenije
in izkoristi možnosti za izobraževanje ter
povečanje tvoje vrednosti!

PREDNOSTI in PRILOŽNOSTI:

- Imej moč in boljše pogoje za zaposlitev od tvojih konkurentov
- Pridobi reference z nabavnega področja
- Razvij svoje poslovno omrežje

Možnosti za včlanitev so: 1. Po pošti na: ZNS, Dimičeva 13, 1000 Ljubljana, 2. Preko e-mail naslova: info@zns-zdruzenje.si,
3. Preko internetne prijave: <http://www.zns-zdruzenje.si/clanske-strani2/spletna-prijavnica/>

Zlati sponzorji



Srebrni sponzor



Bronasti sponzor



Hvala in nasvidenje do naslednje številke!