

NABAVNIK.SI

E.ČASOPIS ZDRUŽENJA NABAVNIKOV SLOVENIJE

ŠTEVILKA 3 / 2014

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

Nabavni vrh leta 2014 z dr. Petrom Kraljičem

Spoštovane nabavnice in nabavniki!

Današnji Nabavnik.si bom izkoristil, da vas povabim na Nabavni vrh leta 2014 z dr. Petrom Kraljičem.

Dr. Peter Kraljič je strokovna avtoriteta sodobne nabavne stroke. Natanko pred enaintridesetimi leti je dr. Kraljič v reviji Harvard Business Review objavil legendarni članek »Purchasing must become supply management«, s katerim je naš letošnji gost in nagrajenec Združenja nabavnikov Slovenije in IFPSM-a s svojo nabavno matriko postavil temeljni kamen in nove meje sodobne strateške nabave. Dr. Kraljič nas bo v svojem uvodnem predavanju opozoril na doprinos nabave k večji konkurenčnosti podjetij in pomembnost strokovnosti v nabavi za doseg tega cilja.

V okviru letošnjega tradicionalnega jesenskega Strokovnega posveta oziroma Nabavnega vrha leta 2014, želimo nabavni in širši strokovni javnosti predstaviti tudi pomen in sporočilnost kazalnika trendov gospodarske aktivnosti, t.i. indeks PMI (angleško- Purchasing Managers Index). V ZNS smo se odločili, da skupaj z nekaterimi nabavnimi managerji izbranih podjetij, začnemo izračunavati PMI kazalnik tudi za Slovenijo. Uporabnost indeksa nam bo predstavil predsednik Svetovne federacije nabavnih združenj (IFPSM), Soeren Vammen.

Seveda pa bo pomemben del dogodka, kot smo tega vajeni že v preteklih letih, namenjen analizi gospodarskih razmer v Sloveniji in EU ter oceni stanja in napovedi trendov gibanja cen pri posameznih skupinah materialov, energentov, surovin in denarnih valut, katere nam bodo predstavili priznani domači in tuji strokovnjaki ter naši nabavni kolegi.

Prepričani smo, da boste iz podanih vsebin izluščili za vas ključne informacije, katere vam bodo v pomoč pri načrtovanju nabave in sprejemanju odločitev v letu 2015.

Torej, ne oklevajte s prijavo in si 2. oktobra zagotovite prosto mesto na Nabavnem vrhu 2014 z dr. Petrom Kraljičem!

Se vidimo!

Lep pozdrav, Srečko Bukovec, predsednik strokovnega sveta

Kazalo

Uvodnik**Koledar
aktualnih
dogodkov 2014****Nabavni vrh 2014****Category
Management****Intervju z
nabavnikom leta
2014****Sponzor se
predstavi****PMI**

Koledar dogodkov v letu 2014

2. oktober 2014

Jesenski posvet

Nabavni vrh 2014 z dr. Peter Kraljič

oktober 2014						
po	to	sr	če	pe	so	ne
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Gospodarske razmere, gibanje cen surovin in energentov za 2015



Nabavni vrh 2014 z dr. Kraljičem

**Doprinos nabave k večji konkurenčnosti podjetij z napovedjo
gospodarskih razmer in surovinskih trgov v letu 2015**

Četrtek, 2. 10. 2014, Hotel Plaza, Ljubljana

Katera bodo največja nabavna tveganja v prihodnje? Kako se bodo gibale cene surovin v prihodnjem letu? Kako oblikovati nabavno strategijo? Na ta vprašanja vam bodo na mednarodno obarvanem dogodku odgovarjali vodilni strokovnjaki.

- **dr. Peter Kraljič**, prvi na svetu je vpeljal portfeljski pristop k upravljanju nabave. Predstavil bo, kako s kvalitetnim upravljanjem nabave povečati konkurenčnost podjetja.
- **Soeren Vammen**, predsednik IFPSM, svetovne federacije za nabavo in oskrbne verige: prikazal bo pomen in uporabnost indeksa PMI, ki ga po novem merimo tudi v Sloveniji.
- **mag. Boštjan Vasle**, direktor UMAR bo predstavil gospodarske napovedi za 2015. Sodelovali pa bodo tudi drugi strokovnjaki.

Želite pri nabavi dosegati najbolj ugodne cene in biti konkurenčni? Potem Nabavni vrh 2014 sodi v urnik vašega podjetja! Z udeležbo boste vplivali na:



tveganje

Spoznali boste **najnovejše napovedi** gibanja cen energentov in surovin v letu 2015.



uspeh

Ugotovili boste, kako lahko podjetje dosega **nižje stroške** nabave in poveča stopnjo dobička.



**število
kolegov**

Spoznali boste in ohranili **stike s kolegi**, s katerimi lahko izmenjate mnenja, izkušnje,...

Koledar dogodkov v letu 2014

20. november 2014

Strokovni posvet

Delavnica in posvet - Category management

november 2014						
po	to	sr	če	pe	so	ne
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

Strokovni posvet - Category Management četrtek, 20. november 2014

Trendi v Category Managementu skozi oči svetovalnega podjetja A.T. Kearney
Sonja Šrubar, Manager, A.T. Kearney

Category Managementa kot gonilo razvoja
Andreja Avberšek, Izvršna direktorica, Category Consulting

Obvladovanje Category Managementa skozi IT orodja
Draško Jelavić, direktor, CIRTUO

Primer dobre prakse – podjetje Danfoss
Category Manager, Danska

Primer dobre prakse – podjetje Atlantic Grupa
Danijel Banek, Executive Director Central Purchasing

Primer dobre prakse – podjetje Podravka
Davor Popović, Executive Director Purchasing

INTERVJU z nabavnikom leta 2014



Marko Lekše, izvršni direktor nabave, Adria Mobil d.o.o.

Najprej čestitke za prejeto priznanje.

1. Celotno profesionalno pot ste posvetili delu v nabavi. Kakšni so bili vaši začetki?

Po zaključenem študiju strojništva leta 1989 sem se zaposlil v Revozu, ki je takrat nastal kot mešano podjetje med Renaultom in IMV-jem. V Revozu so takrat vzpostavljali novo organizacijo na področju nabave s funkcijo razvojnega nabavnika. Ponudba me je pritegnila in tako sem postal nabavnik. Delo na področju nabave je bilo in je raznoliko in dinamično, prinaša veliko pristojnosti predvsem pa zelo veliko odgovornost. In po 25 letih je še vedno enako zanimivo. Uspešno izpeljana pogajanja so vedno poplačilo vloženega truda. Kadar se izkaže, da je bil dobavitelj močnejši, pa je vedno nova priložnost za učenje.

2. Kaj vam pomeni nagrada Nabavnik leta 2014?

Nagrada Nabavnik leta je najprej nagrada celotni ekipi nabave Adrie Mobil za uspešno delo in rezultate, ki jih dosegamo. Brez dobre ekipe danes ni možno dosegati vrhunskih rezultatov. V letu 2010 smo pričeli projekt »Odličnosti v nabavi«, v začetku skupaj s svetovalnim podjetjem A.T. Kearney, od leta 2012 pa projekt izvajamo samostojno. V tem času smo ustvarili preko 5 milijonov evrov prihrankov na letnem nivoju. Hkrati pa je nagrada priznanje s strani stanovskih kolegov za vseh 25 let dela opravljenega na področju nabave in hkrati potrditev pravilne odločitve mladega diplomanta na začetku poslovne kariere ter velika obveza za naprej, za delo na področju profesionalizacije poklica nabavnika.

3. Kar 8 let vaše uspešne kariere ste kot vodja nabave opravljali v Franciji. Ali se pojmovanje in delovanje »nabave« v tujini razlikuje od »nabave« v Sloveniji?

Imel sem izjemno priložnost dela na področju avtomobilske industrije v Renaultu. Nabavna direkcija Renault je ena najboljših nabavnih organizacij. Veliko dela je bilo posvečenega razvoju metod in procesov. Velik poudarek je bil na pravilnem formiranju in izkoriščanju nabavnih vzvodov, predvsem v zelo zgodnjih fazah zasnove proizvodov. Takrat je nabavni vzvod najmočnejši in največja priložnost za doseganje dobrih dogovorov tako za kupca kot dobavitelja. To s pridom uporabljamo tudi v Adrii Mobil. Ravno v vključevanju nabave v tej zgodnji fazi, tako imenovani »upstream purchasing«, je največja razlika med uspešnimi in manj uspešnimi nabavnimi organizacijami. Mislim, da je v tem tudi največja razlika med nabavnimi organizacijami v avtomobilski industriji in v ostalih industrijah. Druga razlika, ki je bila mnogo bolj prisotna v devetdesetih letih, je mesto nabave v organizaciji podjetja. V avtomobilski industriji je ena ključnih strateških funkcij in tako tudi obravnavana, mislim pa da v marsikateri organizaciji v Sloveniji temu še danes ni tako.

4. Kako vi vidite razvoj nabavne funkcije v zadnjih 20 letih in kako jo vidite v prihodnosti?

Nekoč je bila nabava služba, ki je prejela ponudbe in pošiljala naročila, potem ko so druge funkcije dogovorile vsebino izdelka ali storitve. S poudarjeno konkurenčnostjo v globalni ekonomiji, ki je danes prisotna praktično v vsaki panogi, se je to »udobje« bistveno spremenilo. Nabava je danes ključna strateška funkcija, ki bistveno prispeva k konkurenčni sposobnosti podjetja. S tem mislim, da mora nabava v podjetje pripeljati kakovostne izdelke, poskrbeti za učinkovito upravljanje nabavne verige, poiskati na trgu dobavitelje, ki lahko sodelujejo na področju razvoja in inoviranja, vse skupaj za primerno ceno. Koncept »razširjenega« podjetja in njegovo obvladovanje je v današnjem času specializacije izjemno pomemben dejavnik konkurenčne prednosti podjetja. Po obdobju poudarjenega partnerskega sodelovanja z dobavitelji danes opažam, da je pravilno vzpostavljanje konkurenčnega okvira med dobavitelji izjemno pomembno za doseganje dobrih nabavnih rezultatov. V prihodnosti bo obvladovanje nabave ena izmed strateških prednosti podjetja. Nabava bo soočena z izzivi nabave na svetovnih trgih Turčije, Azije, Južne Amerike, ne smemo pozabiti tudi Afrike. Udejstvovanje na teh trgih je seveda povezano s stroški delovanja, zato bo potrebno razmišljati o povezovanju nabavnih organizacij, nabavnih mrežah, razvijati bo potrebno nove kompetence nabavnikov.

5. Katera znanja, veščine in lastnosti mora imeti odličen nabavnik?

Uspešen nabavnik mora imeti tehnična in komercialna znanja. Zelo dobro mora poznati izdelke in materiale, ki jih kupuje. Zelo dobro mora poznati ekonomiko, stroške, bilance. Obvladovati mora množico raznoterih informacij. Obvladovati mora jezike. Brez angleščine danes ne gre, nemščina je evropskem prostoru zelo koristna, velja razmisliti o francoščini, španščini, ruščini, kitajščini.....skratka več je bolje. Nabavnik mora biti dober pogajalec. Bistvo je seveda v pripravi, mora imeti občutek za čas in prioritete, znati mora obvladati pritiske in stres, mora biti timski igralec, znati mora uskladiti različne interese. Nabavnik mora imeti integriteto, biti mora lojalen svoji organizaciji.

6. V Franciji ste naredili nabavni MBA, in sicer v svetovno znani šoli EIPM (European Institute of Purchasing Management). Od koga ste se v svoji karieri največ naučili, od staršev, sodelavcev, vaših vodij, šol, ...?

Osnovne osebnostne lastnosti in pozitivnega odnosa do soljudi in okolice sem se zagotovo naučil od staršev, privzgojili so mi delovna navade in voljo do učenja. Gimnazija v Novem mestu mi je dala široko osnovo znanja, družboslovnega in naravoslovnega. Vedno sem imel raje široko poznavanje stvari kot pa specializacijo na samo enem področju. Tehnična izobrazba mi daje dobro podlago za razumevanje materialov, ki jih nabavljam. Eden ključnih vplivov pa je bila gotovo zaposlitev v Revozu in možnost dela v Renault-jevem sistemu nabave, ki šteje cca. 600 zaposlenih. V začetku sem imel tudi dva izjemna nadrejena direktorja nabave in izjemna človeka, Dominique Correz-a in Pierre Couillerot-a, ki sta v marsičem kriva za mojo »nabavno« kariero in ki sta na začetku nanjo bistveno vplivala. Omogočila sta mi tudi šolanje na EIPM, kjer sem naredil nabavni MBA v devetdesetih letih. Na tej osnovi sem lahko uspešno gradil nadaljnjo kariero. Danes delujem v enem najboljših slovenskih podjetij Adria Mobil, ki je vodilno v panogi caravana in v Evropi in v katerem imam obilo možnosti za uporabo pridobljenega znanja in za nadaljnje učenje. Funkcija nabave ima v našem podjetju strateško mesto in sem član ožjega kolegija podjetja. S sodelavci danes delujemo na zagotavljanju konkurenčnosti na evropskem trgu in postavljamo osnove za delovanje na globalnih trgih.

7. Kaj bi svetovali svojim stanovskim kolegicam in kolegom?

Nabavna funkcija je izjemna. Omogoča ukvarjanje z vprašanji od strategije, financ, razvoja do dnevnih problemov zanesljivosti oskrbe, reklamacij itd. Če imate radi široko področje dela, potem je nabava za vas. Nikoli vam ne bo dolgčas. A nosili boste tudi veliko odgovornosti. Vaša naloga pa je, da v svojih organizacijah poskrbite, da bo vloga funkcije nabave vidna, njeni rezultati objektivno merjeni in da jih ustrezno komunicirate. Na ta način boste prispevali k nadaljnji profesionalizaciji funkcije nabave v Sloveniji, za kar si prizadevamo v ZNS in s tem povečevali konkurenčnost vaših podjetij in s tem slovenskega gospodarstva.

Hvala za vaš čas in želim vam uspešno nabavno pot tudi v prihodnosti.

Uroš Zupančič



Marko LEKŠE, nabavnik leta 2014 z ekipo sodelavcev iz sektorja Nabava Adria Mobil d.o.o.

Sponzor se predstavi – INPRO d.o.o.

Mobilni klimatizacijski sistem omogoča primerno temperaturo v prostoru na hiter in enostaven način!

V poletnih mesecih, ko se zunanja temperatura krepko povzpne preko 30°C se v številčnih podjetjih ubadajo s problematiko povišanih temperatur zraka na delavnem mestu. Previsoka temperatura pa neugodno vpliva na ljudi in delovno produktivnost zaposlenih. Idealna delovna temperatura je med 20°C in 22°C, raziskave pa kažejo, da se pri temperaturi nad 24°C delovna zmožnost z vsako dodatno stopinjo zmanjša za 4 %. Če se temperatura dvigne nad 26°C, pade koncentracija, zmanjša se moč, pojavijo se napake, utrujenost in izčrpanost, kar posledično vodi do večjega števila nezgod. Klimatizirano delovno okolje predstavlja osnovo za optimalne poslovne proizvodne procese vendar investicija v ustrezen klimatizacijski sistem za podjetja običajno pomeni zelo visok finančni zalogaj.

KlimaRent je blagovna znamka podjetja Inpro d.o.o. Novo mesto, ponuja zunanje storitve klimatizacijske tehnike. Takšen poslovni model pri naročniku odpravlja potrebo po visoki začetni investiciji, celotni mesečni stroški klimatiziranja pa so zelo nizki. Analiza stroškov pokaže, da v povprečnem industrijskem obratu izposojenimi sistemi na letni ravni, tvorijo komaj en odstotek celotnih stroškov delovne sile.



Pomembna prednost najema storitev mobilnega sistema KlimaRent je tudi celovita podpora s strani ponudnika. Uporabnik lahko vse skrbi, dejavnosti in stroške, ki so povezani z vzdrževanjem ter zagotavljanjem pravilnega delovanja sistema, prepusti izvajalcu. Za razliko od uporabnikov fiksnih sistemov, mu tudi po preteku življenjske dobe sistemov (približno 10 let), ne bo potrebno razmišljati o zamenjavi izrabljenega sistema z novim.

Najem storitve klimatiziranja narašča tudi zaradi vedno bolj nepredvidljivih in dinamičnih tržnih razmer. Naročnik lahko klimatski sistem najame natanko za kraj in obdobje, ko je prepričan, da jo bo potreboval.

KlimaRent, je vodilna blagovna znamka najema klimatizacijskih sistemov v srednjem in jugovzhodnem delu Evrope. To potrjujejo tudi naše reference, saj smo KlimaRent sisteme vgradili že v več kot 200 podjetij.

Prednosti najema mobilnega sistema KlimaRent so:

- mobilni sistemi zagotavljajo hitro vpeljan sistem hlajenja in ogrevanja brez začetne investicije,
- popolna informacijska in servisna podpora 24ur na dan 365 dni v letu zagotavlja stalno brezhibno delovanje sistema,
- s pomočjo tekstilni kanalov hladimo ali ogrevamo le tam kjer je to res potrebno in s tem znižujemo stroške porabe energije,
- učinek prezračevanja brez občutka prepiha izboljšuje bivalno ugodje in povečuje produktivnost dela,
- izboljšave in modifikacije po dogovoru z naročnikom zaradi izredne fleksibilnosti sistema izvedemo v zelo kratkem času.

Podjetja Inpro d.o.o. Novo mesto se poleg sistemov za hlajenje in prezračevanje, ukvarja s projektiranjem in izvajanjem vseh vrst strojnih inštalacij. Našo dejavnost pa smo še razširili s prireditvenimi šotori in montažnimi halami ter številnimi podpornimi dejavnostmi.

PMI – Purchasing Managers Index

Uroš Zupančič, vodja projekta

V mesecu marcu 2014 je bila na bazo naslovnikov TOP 304 slovenskih podjetij oz. vodij nabav prvič poslana PMI anketa. Anketiranci so bili izbrani glede na Standardno klasifikacijo dejavnosti in velikost prometa leta 2012 znotraj posamezne klasifikacije.

Za pravilnost izračuna je pomembno, da vsako podjetje, ki je izbrano, odgovori na zastavljena vprašanja, saj le na ta način lahko zagotovimo pravi izračun PMI.

Dogovorili smo se, da PMI anketni vprašalnik pošljemo vsak mesec z vprašanji za tekoči mesec in sicer z naslednjimi termini:

Pošiljanje 7. dne v mesecu

Opomnik 14. dne v mesecu

Zaključek ankete 22. dne v mesecu

Po zaključku ankete sledi analiza pridobljenih odgovorov in izračun PMI – Purchasing managers index in v prvem tednu naslednjega meseca objava PMI, njegova obrazložitev ter opis posameznih indeksov, kot so: nova naročila, proizvodnja, zaposlovanje, dobave in zaloge.

Verjamemo, da nam uspe v testnem obdobju, ki bo trajalo predvidoma do meseca junija pridobiti zaupanje in razumevanje za pomembnost PMI za Slovenijo. Prednosti so bile opisane že v prvi izdaji e.časopisa Nabavnik.si.

Hvala za aktivno reševanje PMI anketnega vprašalnika. Samo izpolnjevanje devetih enostavnih vprašanj vam vzame glede na izkušnje anketirancev zgolj 2-3 minute.



Združenje nabavnikov Slovenije
 Dimičeva ulica 13
 SI-1000 Ljubljana
 T: 01 786 14 62, F: 01 589 82 19
 E: info@zns-zdruzenje.si

ZDRUŽENJE NABAVNIKOV SLOVENIJE

PMI vprašalnik / PMI questionnaire

Vprašalnik za mesec april / 2014

Podjetje: URSA SLOVENIJA, PROIZVODNJA STEKLENE VOLNE D.O.O., NOVO MESTO matična številka: 5584086

Prosimo, da v spodnjih vprašanjih označite trditev, ki najbolje odraža stanje v vašem podjetju. Vprašalniki so anonimni. Polje za razloge je opisno in ni obvezujoče.

1. Prosimo, primerjajte svojo proizvodnjo (količine) ta mesec s stanjem pred enim mesecem.
Please compare your **production/output** this month with the situation one month ago.

več kot pred mesecem dni ☐ more than a month ago
 enako kot pred mesecem dni ☒ the same as a month ago
 manj kot pred mesec dni ☐ less than a month ago
 razlog / reason:

2. Prosimo, primerjajte raven novih naročil ta mesec s stanjem pred enim mesecem. (opomba: domača in izvozna naročila)
Please compare the level of **new orders** received this month with the situation of one month ago. (units - domestic and export)

več kot pred mesecem dni ☐ more than a month ago
 enako kot pred mesecem dni ☒ the same as a month ago
 manj kot pred mesec dni ☐ less than a month ago
 razlog / reason:

- 2a. Prosimo, primerjajte raven novih izvoznih naročil ta mesec s stanjem pred enim mesecem.
Please compare the level of **new export orders** received this month with the situation of one month ago. (units)

večja kot pred mesecem dni ☐ more than a month ago
 enaka kot pred mesecem dni ☒ the same as a month ago
 manjša kot pred mesec dni ☐ less than a month ago
 razlog / reason:

3. Prosimo, primerjajte vrednost vaših nakupov ta mesec s stanjem pred enim mesecem.
Please compare the **price of your purchases** (volume-weighted) this month with the situation one month ago.

višja kot pred mesecem dni ☐ higher a month ago
 enako kot pred mesecem dni ☒ the same as a month ago
 manj kot pred mesec dni ☐ lower a month ago

Določite, katere skupine izdelkov so imele povečanje oz. zmanjšanje vrednosti
Specify which product groups that have increase and decreased, respectively

Sponzorji Združenja nabavnikov Slovenije

Zlati sponzorji



Srebrni sponzor



Bronasti sponzor



Hvala in nasvidenje do naslednje številke!