

NABAVNIK.SI

E.ČASOPIS ZDRUŽENJA NABAVNIKOV SLOVENIJE

ŠTEVILKA 4 / 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

ZNS v letu 2014

Spoštovane nabavnice in nabavniki!

V iztekajočem letu smo v Združenju nabavnikov Slovenije organizirali in izvedli naslednje dogodke:

1. **Spomladanski posvet:** Nabava je učinkovita. Ali res?
2. **Delavnica:** Novosti in razmere na trgu zemeljskega plina
3. **13. Nabavna konferenca** v Portorožu
4. **Nabavni vrh 2014** z dr. Petrom Kraljičem
Napoved gospodarskih razmer, gibanj cen surovin in energentov za leto 2015
5. **Jesenski posvet:** Category Management ali učinkovito upravljanje z blagovnimi skupinami

Verjamemo, da smo z naštetimi dogodki vsem nabavnikom in celotni zainteresirani javnosti uspeli in omogočili prikazati nova znanja, trende in novosti, ki jih prinaša konstanten razvoj nabavne funkcije. Predvsem moramo **poudariti uspešnost dogodka Nabavni vrh 2015 z dr. Petrom Kraljičem**, ki je v slovenskem prostoru povzročil velik medijski odziv in dvignil pomembnost nabavne funkcije na višji nivo.

Verjamemo, da bomo s tovrstnimi dogodki uspeli uresničiti vizijo ZNS, v kateri smo zapisali: « **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.** »

Poleg vseh izvedenih dogodkov smo začeli tudi s projektom uvedbe **PMI – Purchasing Managers Index** za Slovenijo ter izdajo **e. časopisa Nabavnik.si**, s katerim želimo tudi širši javnosti približati dogajanje in aktivnosti ZNS. Februarja letos je bila **predsednica ZNS** izvoljena v Mednarodnem združenje za nabavo in oskrbovalne verige - **IFPSM** (The International Federation of Purchasing and Supply Management) v Board of Directors svetovne federacije, v katero je vključenih 48 držav iz vsega sveta, z vseh kontinentov

Leto 2014 se počasi umika novim izzivom leta 2015. Želimo vam veliko poslovnih uspehov, dobro izostren šesti čut ter da bi s svojim aktivnim sodelovanjem na dogodkih ZNS v letu 2015 pomagali in soustvarjali zapisano vizijo ZNS.

Uroš Zupančič, urednik Nabavnik.si

Kazalo

Uvodnik

Koledar
dogodkov v letu
2015

Nabavni vrh 2014

Category
Management

Sponzor se
predstavi

PMI – Kje smo?

Študenti v ZNS

Koledar dogodkov v letu 2015

18. marec 2015

Spomladanski strokovni posvet

Nabava C elementov in e.sourcing orodja

po	to	sr	če	pe	so	ne
23	24	25	26	27	28	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	1	2	3	4	5

16. april 2015

Strokovna delavnica

Organizacija nabavne funkcije in nabavni procesi

po	to	sr	če	pe	so	ne
30	31	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	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10

14.-15. maj 2015

14. Nabavna konferenca

po	to	sr	če	pe	so	ne
27	28	29	30	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
1	2	3	4	5	6	7

01. oktober 2015

Nabavni vrh 2015

Napoved gibanja cen surovin v letu 2016

po	to	sr	če	pe	so	ne
28	29	30	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	1
2	3	4	5	6	7	8

19. november 2015

Jesenski strokovni posvet

po	to	sr	če	pe	so	ne
26	27	28	29	30	31	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	1	2	3	4	5	6

Nabavni vrh leta 2014 z dr. Petrom Kraljičem

Vir: <http://www.irt3000.si/novice/?id=1652>

PMI je najboljši napovedovalec gospodarskih gibanj

Podcenjevanje vloge nabave lahko podjetja veliko stane. Spremenljive družbene in gospodarske okoliščine namreč dvigujejo tveganja na nabavnih trgih in jih je potrebno strateško upravljati. Najboljše orodje za to je PMI, Purchasing Manager Index, ki ga od letos merimo tudi v Sloveniji, so poudarili govorniki na Nabavnem vrhu 2. oktobra v Ljubljani. Na dogodku sta Združenje nabavnikov Slovenije in IFPSM dr. Petru Kraljiču podelili priznanje za njegov prispevek k razvoju nabavne stroke.

»Surovine in energenti predstavljajo v industriji pretežni delež izdatkov podjetja, zato je poznavanje napovedi gibanja cen za pripravo dobrega letnega poslovnega načrta ključnega pomena,« je v uvodnem nagovoru poudarila Marina Lindič, predsednica Združenja nabavnikov Slovenije (ZNS). Ker je domačega akademskega znanja na področju nabave sorazmerno malo, je za zagotavljanje konkurenčnosti podjetij še posebej pomembno, da se stroka povezuje in vključuje v mednarodni razvoj. Del napredka je uvedba PMI indeksa, ki ga od letos spremljamo tudi v Sloveniji, ZNS pa si prizadeva za njegovo večjo reprezentativnost in verodostojnost, ki bo zagotovljena z udeležbo večjega števila podjetij.

Strateško upravljanje nabave je pomembno za trajnostni uspeh

»Spremembe v gospodarskem in družbenem okolju prinašajo priložnosti in po drugi strani tveganja,« je v svojem predavanju izpostavil dr. Peter Kraljič. Nabava ima visok vpliv na konkurenčnost in zato jo je potrebno strateško upravljati: »Matrika upravljanja nabave ima danes še večji pomen in je bolj zahtevna, kot je bila nekaj desetletij nazaj, ko je nastala.« Opozoril je na pomen zaupanja, ki je tudi na področju nabave dejavnik uspešnosti in s konkretnimi primeri spodbudil k povezovanju slovenskih podjetij v nabavnih verigah, saj to povečuje stroškovno učinkovitost. Pri tem je pomembno razumeti, še poudarja dr. Kraljič, da konkurenčnost ne pomeni le kratkoročne uspešnosti, temveč gre za trajnostni vidik in uspeh na dolge proge.

PMI je ključno orodje za napovedovanje gospodarske dinamike

»Ekonomski inštituti in organizacije, kot je IMF, OEDC itn. napovedujejo gospodarska gibanja četrtletno. In potem jih popravljajo. Ti podatki so popolnoma neustrezni za načrtovanje v podjetjih. Orodje, ki omogoča zanesljivo napovedovanje gospodarske dinamike za potrebe podjetij in učinkovito upravljanje nabave, je PMI – Purchasing Manager Index, ki ga mednarodno okolje uporablja že več desetletij,« je bil predavanju neposreden Soeren Vammen, predsednik IFPSM, mednarodne federacije za nabavo in oskrbne verige.

PMI je vsak mesec izračunan na osnovi vprašalnika, ki ga izpolni 20.000 nabavnikov po celem svetu in preverja pet kategorij: ali je prišlo do povečanja, zmanjšanja ali in sprememb pri novih naročilih podjetja, obsegu proizvodnje, zaposlovanja, dobave in zalog. Zaradi takšnega mikro pristopa PMI zazna rast ali upad takoj, ko se ta začne dogajati. Obenem ima PMI visoko korelacijo z gibanjem BDP. Spremljanje indeksa PMI pomaga učinkovito obvladovati spremembe makroekonomskih okoliščin in spremenljivosti cen na nabavnih trgih, ki jih po raziskavah nabavniki uvrščajo najvišje med spremenljivimi dejavniki v okolju. »PMI je obvezno branje in orodje za vsakega resnega nabavnika in managerja,« pravi Vammen. Tudi dr. Boštjan Vasle je opozoril na resnost pri obravnavanju makroekonomskih okoliščin, ki so se v zadnjih letih v Sloveniji poslabšale bistveno bolj kot v Evropi.

Podelitev slovenskega in svetovnega priznanja dr. Petru Kraljiču



Slika: dr. Peter Kraljič in Marina Lindič

Na dogodku sta Združenje nabavnikov Slovenije in IFPSM dr. Petru Kraljiču podelili priznanje za njegov prispevek k razvoju stroke nabave. Dr. Kraljič je avtor številnih člankov, med katerimi za prebojnega šteje prispevek o strateški vrednosti nabave in oskrbe 'Purchasing Must Become Supply Management', objavljen v Harvard Business Review leta 1983. Z modelom je pokazal, kako je možno varno zniževati nabavne stroške in optimirati globalni dobiček s pomočjo strategije maksimalnega učinka nabavnega managementa. Portfeljska matrika upravljanja nabave je v svetu danes prepoznana kot 'Kraljičeva matrika'.

V nadaljevanju dogodka so bile predstavljene napovedi gibanj cen v prihodnjem letu na področju: surovin, energentov, elektronike, živilsko-prehranske industrije, jekla, barvnih kovin in deviznega trga. Nabavnega vrha 2014 se je udeležilo preko 80 predstavnikov nabave, sodelovali pa sta tudi Trgovinska zbornica Slovenije in Združenje Manager.

Category Management

Zapisal: PR izjava za javnost in Uroš Zupančič



Slika: Luka Rutar, Danfoss

Vodilna podjetja z dvakrat višjim donosom pri nabavi

Raziskave kažejo, da so vodilna svetovna podjetja v zadnjih letih za kar dvakrat povečala donos na sredstva, vložena v upravljanje nabave, izkazujejo pa tudi kar trikrat višjo stopnjo povezanosti funkcij v podjetju v procesih nabave. Slovenska podjetja na področju upravljanja z blagovnimi skupinami zaostajajo in imajo zaradi tega nižjo konkurenčnost, je ugotovitev strokovnega posveta, ki je v organizaciji Združenja nabavnikov Slovenije (ZNS) potekal v četrtek, 20. novembra v Ljubljani.

»V Sloveniji se upravljanje blagovnih znamk razlikuje od mednarodnega okolja. V domačem okolju je poudarjena predvsem promocija, medtem ko je v multinacionalkah večji poudarek na upravljanju blagovnih skupin,« je uporabo sodobnih pristopov v nabavi in prodaji komentirala **Andreja Avberšek**, izvršna direktorica Category Consultinga.

Kot pravi, je upravljanje blagovnih skupin vzvod konkurenčnosti v okoliščinah visoke konkurence, konsolidiranega trga, cenovnih vojn in izobraženih potrošnikov – in vse to danes velja za veliko število podjetij. Uvedbo upravljanja z blagovnimi skupinami (category management) svetuje najprej na strani nabave in šele zatem na strani prodaje: »Rezultati se bodo podjetju pokazali v štirih do dvanajstih mesecih.«

Upravljanje blagovnih skupin je strateški proces

Tudi **Draško Jelavič**, svetovalec v podjetju CIRTUO, ugotavlja, da imajo podjetja upravljanje z blagovnimi skupinami sicer vzpostavljeno organizacijsko, ne pa dejansko v praksi. Izpostavlja, da je temelj upravljanja z blagovnimi skupinami prav Kraljičeva nabavna matrika, za katero je dr. Peter Kraljič oktobra letos prejel priznanje slovenskega združenja nabavnikov in IFPSM, mednarodne federacije za nabavo in oskrbne verige.

Dimenzije uvajanja upravljanja z blagovnimi skupinami je nazorno predstavil **Luka Rutar** iz Danfossa in član strokovnega sveta ZNS. Proces centralizacije nabave, ki je imel za cilj zmanjšanje števila strateških dobaviteljev in uvedbo upravljanja z blagovnimi skupinami je vključil kar 479 ljudi in je temeljil tudi na učenju iz napak: »Preden nam je uspelo, nam je dvakrat spodletelo.«

Trikrat večja povezanost za podvojitev donosa

Sonja Šrubar Lovšin iz AT Kearneya je na posvetu predstavila trende pri upravljanju nabave. V zadnjih letih pričenjajo vznikanje netradicionalne nabavne metode, ki povečujejo predvsem sodelovanje med oddelki znotraj podjetij. Po podatkih iz raziskav imajo vodilne svetovne organizacije kar trikrat bolj povezane funkcije kot ostala podjetja, značilna za njih pa je tudi uporaba vodilnih nabavnih praks na področju upravljanja z blagovnimi skupinami. To ima za posledico znižanje stroškov na ravni podjetja, skupno optimizacijo procesov in optimizacijo v odnosu z dobavitelji. Izraženo v številkah to pomeni dvakratno povečanje ROSMA (Return on Supply Management Assets) – donosa na sredstva za upravljanje nabave.

Davor Popović, izvršni direktor nabave iz podjetja Podravka d.d. je poudaril pomembnost poznavanja t.i. »cost driverjev« posameznih blagovnih skupin. Kot dober primer je navedel povezavo in vpliv cene bombaža na ceno PET, iz katerega se izdelujejo plastične steklenice za vodo, sokove, ... Enak poudarek je namenil temi obvladovanja tveganj, ki lahko zmanjšajo vplive trga na rezultate podjetij. **Danijel Banek**, izvršni direktor centralne nabave iz podjetja Atlantic Group d.d. pa je poudaril pomembnost t.i. »talet managementa«, nenehnih izobraževanj zaposlenih kot tudi najvišje podpore v upravi podjetja v kolikor želimo, da sta nabava in Category Management v podjetju uspešna in učinkovita.

Sponzor se predstavi – Elektro energija



Znižajte stroške električne energije in zemeljskega plina



Elektro energija je eden največjih in najpomembnejših slovenskih dobaviteljev električne energije in eden večjih, zanesljivejših in hitro razvijajočih se udeležencev na trgu z električno energijo na debelo v Evropi.

Specializirani smo za prodajo električne energije in zemeljskega plina končnim odjemalcem, za odkup od proizvajalcev in za bilateralno ter borzno trgovanje s standardiziranimi produkti na trgu na debelo.

V Elektro energiji intenzivno posluujemo na domačem in tujih energetskih trgih, kar nam omogoča, da za naše partnerje pridobimo električno energijo in zemeljski plin po najboljših cenah. Uspehe, ki jih dosegamo s preiščljenimi aktivnostmi na energetskih trgih, delimo z našimi poslovnimi partnerji tako, da vedno zagotavljamo najugodnejše pogoje dobave energentov.

Skrbimo za rast velikih, srednjih in malih podjetij z zanesljivo dobavo električne energije in zemeljskega plina po konkurenčnih cenah in ugodnih pogodbenih pogojih. Čas odločitve za nakup produktov električne energije za prihodnje obdobje še vedno odločilno vpliva na doseženo ceno. Ker pa je prihodnost negotova in se pravilnost odločitev lahko ocenjuje le za nazaj, je zelo pomembno neprestano sledenje razmeram na trgu, v kolikor se želimo izogniti cenovnim tveganjem, ki nam jih trg z električno energijo v odvisnosti od gospodarskih razmer prinaša.

Izbira je odvisna od tveganj, ki jih je odjemalec pripravljen prevzeti, od deleža stroškov za energente v strukturi celotnih stroškov, od nakupnih aktivnosti posameznega kupca tekom izvajanja pogodbe in od okoljske ozaveščenosti.

V ta namen smo razvili številne produkte in poslovno infrastrukturo, ki jo s svojimi znanjem, izkušnjami in prednostmi delimo z našimi kupci:

- Nakup po fiksnih cenah, s čimer se izognete morebitnim tveganjem spremembe cene.
- Strukturiran nakup – kombiniran nakup dolgoročnih in kratkoročnih produktov. Nakup energentov se ne izvaja le pred letom dobave, pač pa lahko tudi znotraj samega leta, ko lahko svoj nakup optimirate količinsko in cenovno.
- Sprotni nakup energentov – nakup vseh količin zgolj na kratkoročnem (spot) trgu.

Svetujemo vam pri izbiri trenutka nakupa, obveščamo vas o porabljeni električni energiji, dogajanju na trgih z električno energijo kot tudi podamo mnenje ob posebnih izrednih dogodkih, ki bi lahko vplivali na ceno električne energije. Pri prodaji električne energije poleg ugodne cene nudimo urejanje vseh odnosov z elektrooperaterjem ter vrsto drugih storitev, ki partnerjem omogočajo učinkovito in okolju prijazno rabo električne energije.

Ponujamo vam tudi zemeljski plin po ugodnih cenah. Izbira trenutka nakupa je tako kot pri električni energiji ključna. Pošljite nam povpraševanje in v najkrajšem možnem času vam bomo pripravili optimalno ponudbo za vaše podjetje.



V Elektro energiji se zavedamo, da moramo ohraniti kakovostno in čisto okolje tudi našim potomcem, zato smo razvili blagovno znamko Zelena energija, električno energijo iz okolju prijaznih in obnovljivih energetskih virov, večinoma iz manjših hidroelektrarn. Takšne elektrarne ne zahtevajo velikih posegov v prostor in se v največji meri zlivajo z naravo in okoljem.

Verjamemo, da s svojim ekološko osveščenim ravnanjem lahko skupaj prispevamo k varovanju in ohranjanju čistega in zdravega okolja, skrbnim in načrtovanim vlaganjem sredstev v obnovljive vire energije pomagamo pri prizadevanjih za zmanjševanje negativnih posledic dolgotrajne uporabe klasičnih fosilnih goriv ter tako posredno zmanjšujemo količino zdravju in okolju škodljivih toplogrednih plinov.

Za odjemalce skrbimo ves čas trajanja pogodbenega odnosa in jim svetujemo pri učinkoviti rabi energije. Vsakemu partnerju se posebej posvetimo in skupaj poiščemo najboljše rešitve pri porabi energentov.

Za več informacij smo vam na voljo na kontaktnem naslovu: prodaja@elektro-energija.si ali na povezavi: www.zanesljivo.si.

PMI – Purchasing Managers Index – Kje smo?

Uroš Zupančič, vodja projekta

V letu 2014 smo začeli v Združenju nabavnikov Slovenije postavljati temelje za uvedbo in izračun PMI za Slovenijo. Za pravilnost in relevantnost izračuna PMI je izjemnega pomena, da vsako izbrano podjetje odgovori na zastavljena vprašanja, saj le na ta način lahko zagotovimo pravi izračun PMI.

Podjetja, ki sodelujejo v mesečni anketi, smo izbrali glede na velikost letnega prometa znotraj posamezne SKD – Standardne Klasifikacije Dejavnosti. Za začetek projekta smo si izbrali zgolj proizvodni sektor, čeprav večina držav izračunava tudi PMI za storitveni sektor in ju nato združi v t.i. Kompozitni PMI.

Metoda PMI določa, da se PMI anketni vprašalnik pošlje vsak mesec z vprašanji za tekoči mesec glede na pretekli mesec, in sicer z naslednjimi termini:

Pošiljanje	7. dne v mesecu
Opomnik	14. dne v mesecu
Zaključek ankete	22. dne v mesecu

Zadeva: ZNS anketa za mesec 11 / 2014 - TESTNO OBDOBJE

 Sporočilo  pmi-zakaj.pdf (569 KB)



ZDRUŽENJE NABAVNIKOV SLOVENIJE

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

Izpolnjevanje ankete

»»» [Za izpolnjevanje ankete kliknite to povezavo](#) «««

Spoštovana nabavnica in nabavnik,

Anketa PMI (Purchasing Managers Index) je namenjena vsem nabavnikom in analitikom, ki želijo danes vedeti, kakšne so **trenutne razmere v gospodarstvu**. Anketa je vsebinsko, časovno in metodološko usklajena z anketo PMI, ki se izvaja v ostalih državah EU in tudi drugod. Rezultati ankete **kažejo tendenco gibanja gospodarstva**, ne pa dejanske vrednosti, čeprav so izražene v številkah.

Namen ankete:

- Pridobiti informacije o trenutnem stanju v gospodarstvu ter oceno gibanja po posameznih področjih, ki jih pokrivajo vprašanja v anketi
- Rezultati ankete so osnova za izračun PMI – Purchasing Managers Index

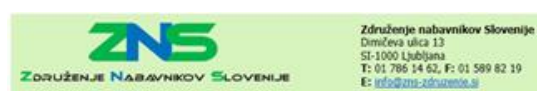
Po zaključku ankete sledi analiza pridobljenih odgovorov in izračun PMI – Purchasing managers index in v prvem tednu naslednjega meseca objava PMI, njegova obrazložitev ter opis posameznih indeksov, kot so: nova naročila, proizvodnja, zaposlovanje, dobave in zaloge.

Trenutno smo še vedno v tesnem obdobju, saj imamo s strani podjetij relativno slab odziv.

NAPROŠAMO VAS, da v kolikor prejmete povabilo in povezavo na ANKETO PMI:

1. **da nanj odgovorite in s tem pripomorete k izračunu PMI za Slovenijo.**
2. **nam posredujete e.mail osebe, ki bo odgovarjala na anketnik za vaše podjetje**

Samo izpolnjevanje devetih enostavnih vprašanj z odgovori **MANJ, ENAKO, VEČ**, vam vzame glede na izkušnje anketirancev **zgolj 3-5 minute**.



PMI vprašalnik / PMI questionnaire

Vprašalnik za mesec april / 2014

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

Prosim, da v spodnjih vprašanjih označite trditve, ki najbolje odražajo stanje v vašem podjetju. Vprašalniki so anonimni. Pojte za razloge je opisno in ni obvezujoče.

1. Prosim, 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. Prosim, 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. Prosim, 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. Prosim, 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.

Študenti v Združenju nabavnikov Slovenije

V Združenju nabavnikov Slovenije se zavedamo, da brez podpore članstva, aktivnih nabavnic in nabavnikov ni možno pričakovati uspehov. Zavedamo se tudi, da je potrebno vzgajati mlade in jim ponuditi možnost učenja in udeležbe na strokovnih srečanjih in ne nazadnje mreženje in možnost povezovanja s potencialnimi zaposlovalci in predvsem vodji nabav. Le tako bomo tudi vodje imeli možnost izbire izkušenega in izobraženega kadra.

Ker je Združenje nabavnikov Slovenije združenje, ki zagotavlja možnosti za promocijo in širitev poklica nabavnika in njihovega znanja, smo se odločili, da v svoje članstvo povabimo tudi tiste, ki boste morda v prihodnosti sprejeli izziv nabavne funkcije.

Verjamemo, da ima ZNS zanimive tematike za izobraževanje in dopolnjevanje na področju nabavnega managementa, želimo si sodelovanja s študenti z namenom pisanja različnih seminarskih in diplomskih nalog iz tematike nabavnega področja ter omogočamo predstavitve praktičnih primerov iz različnih organizacij.

Za ta namen smo se začeli povezovati tudi z posameznimi fakultetami, ki izobražujejo študente s področja ekonomije, managementa, logistike, ... Verjamemo, da nam bo v srednjem roku uspelo oblikovati akreditirane programe, morda celo katedro, ki bodo pokrivali področje nabave tudi z znanstvenega vidika in strokovnih in akademskih nazivov.

Upamo, da boste študentje izkoristili možnosti, ki vam jih nudimo v Združenju nabavnikov Slovenije. Svojo profesionalno pot določate danes. Prednosti, priložnosti, izkušnje in znanja, ki vam jih ponujamo, so namenjene vam. Izkoristite možnost in postanite član Združenja nabavnikov Slovenije. Članstvo je za študente brezplačno.

Vabilo:



Svojo prihodnost določaš danes!

ŠTUDENTI! BREZPLAČNO članstvo!

Postani član

Združenja 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/>

Sponzorji Združenja nabavnikov Slovenije

Zlati sponzorji



Srebrni sponzor



Bronasti sponzor



Hvala in nasvidenje do naslednje številke!



SREČNO 2015 !