



STRATEGICKÉ ŘÍZENÍ NÁKUPU JAKO ZDROJE KONKURENČNÍ VÝHODY MALÝCH A STŘEDNÍCH FIREM

Přednášející: Ing. František Němeček,
MBA

OBSAH

2

- Strategie v nákupu aneb potřebujeme strategii
- Obsah nákupní strategie
- Jak vytvořit nákupní strategii – jednoduše
- Relizace nákupní strategie



Nakupovat přece umí každý...

Význam strategie nákupu

3

- Nedílná součást firemní strategie
- Řeší všechny nákupy ve společnosti (materiál, služby, energie...)
- Vydává „utrácí“ Vaše finanční prostředky
- Zabezpečuje konkurenceschopnost společnosti nejen nákupně, ale i technicky a inovačně

Zeptejte se sami sebe:

Víte skutečně, za kolik nakupujete?

Jaké objemy nakupujete?

Kolik % nákladů tvoří nákup ve Vašem produktu?

Strategie nákupu

4

Určuje nákupní cíle a stanovuje způsob jejich dosažení.
Musí být v souladu s firemními cíli.

- proč
- co
- do kdy

- jak

Nic složitého, jen zdravý selský rozum.

Je to tak, ať si kdo chce co chce říká ☺



Jaká musí být strategie nákupu

5

- jednoduchá
- srozumitelná
- účinná
- uskutečnitelná
- měřitelná a kontrolovaná



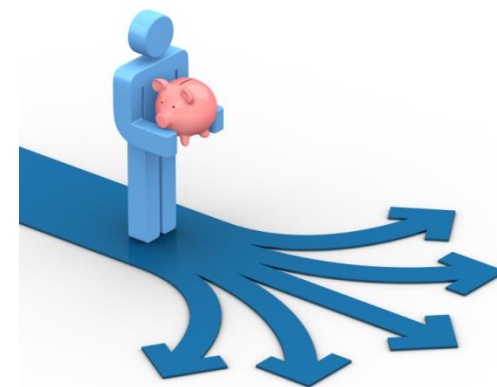
Spočítejte si:

Kolik peněz získáte, když uspoříte ... % z nákupního objemu za rok.

Obsah strategie nákupu

6

- Může se lišit v závislosti na firmě
 - výrobní firmy
 - nevýrobní firmy
 - služby
- Obsah strategie
 - nakupované portfolio, plánování a řízení dodávek
 - výběr a řízení dodavatelů
 - smluvní vztahy
 - struktura a organizace nákupu, lidé
 - procesy
 - IT podpora a nástroje v nákupu
 - ...



Jak vytvořit nákupní strategii

7

- Analýza nákupních nákladů firmy určí kritické body



- Paretovo pravidlo 80/20



- Výsledky analýzy vstupují do nákupní strategie firmy jako klíčové body



Vilfredo Pareto (17.7.1848 – 19.9.1923)

8

- **Paretovo pravidlo řeší vztah mezi příčinami a jejich následky:**
 - 80 % zisku vytváří 20 % produktů
 - 20 % našich činností přináší 80 % zisku
 - 20 % vašich přátel stojí za 80 % vašeho zájmu
 - 80 % zmetků ve výrobě způsobuje 20 % příčin
 - 80 % odpočinku vám přinese prvních 20 % dovolené
 - 80 % znalostí jsme získali za prvních 20 % vynaloženého času

Nákupní strategie – jednoduše

9

- Vytvořte seznam dodavatelů
 - a na každého aplikujte Pareta
 - nejvýznamnějších dodavatelů nebude více jak 20-30, to je životní zkušenost
 - Zjistěte, co u nich nakupujete a za kolik.
 - Proveďte analýzu tržního prostředí a dodavatele (např. Porter, komoditní matice).
 - Stanovte nákupní strategii k danému dodavateli.
 - Zvažte dodavatelské alternativy a jejich rizika.



- Jednoduše: *co chcete dosáhnout ?*
...v závislosti na zvolené strategii a možnostech trhu... !!!

Realizace nákupní strategie

10

Nákupní pravidla

- od koho a jak nakupovat na základě stanovené strategie
- role nakupčího a jeho odpovědnost za nákupní cíle
- pravidla výběru dodavatele
 - jednoduchá poptávka
 - výběrové řízení
 - eAukce (transparentnost, opakovatelnost, úspory)



Realizace nákupní strategie

11

Práce s dodavateli

- souvisí se způsobem, jak se firma rozhodne nakupovat
 - strategická partnerství, dlouhodobá spolupráce...
 - „rutinní“ nákupy (eAukce, katalogy, ...)
- Pravidla spolupráce musí být jednoznačně definována
 - standardní objednávka / smlouva (standardní nákupní podmínky, vzorové smlouvy...)
 - aplikace nového OZ



Vyhodnocování strategie nákupu

12

- Stanovení jednoznačných, měřitelných cílů (KPI)
 - Zainteresování odpovědných pracovníků
 - Pravidelné vyhodnocování
-
- Nákup musí přinášet nejen úspory, ale i:
 - kvalitu dodávek
 - návrhy na standardizaci
 - inovace
 - nové dodavatele
 - ... a cokoliv potřebujete



Závěr



13

Zaujala Vás nákupní strategie
a co Vám může přinést?

Navštivte web Znalostní Nákup
www.znalostninakup.cz

nebo si kupte knihu, která Vás provede
tvorbou nákupní strategie krok za krokem

Děkuji za pozornost.

