

Profesjonalne Zarządzanie Zakupami – podejście operacyjne i strategiczne „PPM” Professional Purchasing Management

Kurs Profesjonalne Zarządzanie Zakupami obejmuje najważniejsze zagadnienia dotyczące zakupów zarówno operacyjnych - jako części zintegrowanego łańcucha dostaw, jak i zakupów strategicznych (Procurement) – jako realizacji strategii firmy w zakupach wewnątrz i na zewnątrz firmy. Poruszane tematy omawiają prawidłowe budowanie i zarządzanie zakupami jako integralną częścią całego przepływu materiałowego w firmie w taki sposób, aby uczestnik szkolenia mógł wynieść teoretyczną

i praktyczną wiedzę w zakresie Purchasing Management i wybrać aspekty kluczowe dla swojej firmy do wdrożeń lub usprawnień.

Cele i korzyści:

- Zdefiniowanie Zarządzania Zakupami w firmie, ich pozycjonowanie w procesie decyzyjnym i określenie wpływu i odpowiedzialności na wyniki firmy
- Zdefiniowanie powiązań z powszechnie uznanymi Systemami Zarządzania Jakością (ISO 9001; ISO/TS 16949; ISO 14001)
- Określenie zakresu przebiegu informacji w firmie, niezbędnej dla prawidłowego funkcjonowania całego łańcucha dostaw
- Zrozumienie roli planowania/prognostowania na poprawność realizowanych zakupów
- Omówienie wpływu sformalizowanych procesów, procedur i instrukcji na efektywność zakupów
- Zdefiniowanie odpowiedzialności zakupów za zarządzanie zapasami. Określenie metody pomiarów i kontroli. Analiza ABC i pokrewne
- Podkreślenie możliwości wpływu zakupów na jakość obsługi klienta i analiza niezbędnych wskaźników
- Zdefiniowanie roli selekcji i doboru Dostawców
- Omówienie prawidłowości procesu ofertowego, kryteria wyboru ofert, negocjacji ofertowych, a w rezultacie podniesienie konkurencyjności zakupów
- Omówienie kryteriów wyboru najlepszych strategii logistycznych (JIT, KANBAN, VMI/SMI) i możliwości wdrażania ich wspólnie z Dostawcami
- Zdefiniowanie Kontraktów. Omówienie negocjacji kontraktów i ich zapisów
- Zdefiniowanie poziomu zarządzania kontrolą kosztów
- Podkreślenie zakresu wsparcia dla firmy przy korzystaniu z rozwiązań zewnętrznych, standaryzacji, optymalizacji



Główne tematy Sesji:

- Zarządzanie Zakupami a tradycyjne „Zaopatrzenie”
- Wpływ Zarządzania Zakupami na decyzje strategiczne w firmie.
- Podział na Zakupy Operacyjne i Taktyczne/Strategiczne
- Korelacja nowoczesnego Zarządzania Zakupami z powszechnie znanymi Systemami Zapewnienia Jakości / Zarządzania Jakością
- Wpływ Zarządzania Zakupami na zewnętrzne i wewnętrzne możliwości standaryzacji, konsolidacji, outsourcingu, partnerstwa i kooperacji
- Wpływ Zarządzania Zakupami na najważniejsze wskaźniki w firmie
- Prognozowanie i cykl planowania
- Parametryzowanie systemu (np. MRPII, ERP) i kontrola zmian.
- Rodzaje i metody generowania zapotrzebowania
- Przebieg zakupów operacyjnych
- Zarządzanie Zapasami. Ich optymalizacja
- Wskaźniki zakupów operacyjnych jako parametry miary ich efektywności
- Obowiązki kupców operacyjnych pod kątem współpracy z pozostałą częścią firmy

- Rola Procurement w Firmie i wsparcie dla realizacji Strategii / kierunku działań firmy
- Weryfikacja rynku. Wybór strategii działania dostosowanej do możliwości rynku
- Pre-selekcja, selekcja i wybór Dostawców
- Przebieg procesu ofertowego
- Kontrakty. Negocjacje, reguły, kryteria akceptacji zapisów.
- Zarządzanie wdrażaniem najlepszych rozwiązań logistycznych
- Zarządzanie kosztami.
- Zarządzanie reklamacjami

Przedmiot kursu:

1. Zarządzanie Zakupami, jako jeden z kluczowych elementów zintegrowanego łańcucha dostaw

W tej części szkolenia przedstawione są podstawowe założenia Zarządzania Zakupami w kontekście całej firmy, zarówno pod kątem realizacji jej strategii jak też wpływu zakupów na przebieg i ew. zakłócenia w całym przepływie materiałowym. Ta część omawia też powiązania z Systemami Zapewnienia/Zarządzania Jakością serii ISO 9001/ISO 14001, wpływ zakupów na decyzje strategiczne, zarządcze, na kluczowe wskaźniki i wyniki firmy.

- Zarządzanie Zakupami a tradycyjne „Zaopatrzenie”
- Wpływ Zarządzania Zakupami na decyzje strategiczne w firmie. Czy tradycyjne „zaopatrzenie” ma /miało podobny wpływ? Połączenie Strategii Zakupów ze Strategią Finansów, Operacji oraz Marketingu i Sprzedaży. (Decyzje Make or Buy, Outsourcing or Investments?)
- Podział na Zakupy Operacyjne i Taktyczne/Strategiczne (Purchasing & Procurement). Czym uwarunkowany i uzasadniony? Miejsce zakupów w strukturze organizacyjnej firmy. Gdzie jest miejsce podejmowania decyzji o zakupach?
- Korelacja nowoczesnego Zarządzania Zakupami z powszechnie znanymi Systemami Zapewnienia Jakości / Zarządzania Jakością (np. serii ISO 9001, ISO 14001). Co z coraz powszechniejszymi audytami Klientów?

Czy możemy nie spełniać wymagań norm?

- Wpływ Zarządzania Zakupami na zewnętrzne i wewnętrzne możliwości standaryzacji, konsolidacji, outsourcingu, partnerstwa i kooperacji. Pozyskiwanie rozwiązań technologicznych, technicznych, logistycznych, procesowych. Współpraca z działami R&D, Produkcji w tym zakresie
- Wpływ Zarządzania Zakupami na najważniejsze wskaźniki w firmie (OTD, ITO, DPPM). Jaki wpływ Zakupy mogą mieć na wspomaganie sprzedaży, podnosić jakość produktów, ograniczać wzrost zapasów, wspierać zarządzanie finansami

2. Zarządzanie Zakupami Operacyjnymi

Ta część kursu obejmuje cały zakres zakupów operacyjnych oraz niezbędnych informacji wejścia i wyjścia. Od prognozowania i jego wpływu na planowanie zakupów, poprawności innych informacji wejściowych (jak BOMy), poprzez zdefiniowanie (na przykładach) zasad pracy kupców, przykładowe procesy i procedury działania, aż po efekt końcowy – poziom zapasów i wskaźniki jako miary efektywności zakupów.



- Prognozowanie i cykl planowania. Zakres prognoz, ich poprawność, odchylenia, przełożenie na planowanie długoterminowe (i jego powiązanie ze strategią) i średnio-/krótkoterminowe
- Parametryzowanie systemu (np. MRPII), jaki zakres parametryzacji niezbędny dla zakupów. Kto i kiedy? Kontrola zmian. Parametryzowanie poza kontrolą zakupów (np. BOMy) i ich poprawność

- Rodzaje i metody generowania zapotrzebowania. Czy tylko systemowe? Co z serią próbną, nowymi produktami (NPI), zapotrzebowaniem pozasystemowym?
- Przebieg zakupów operacyjnych. Obowiązki kupców (kontrola komunikatów, uprawnienia wartościowe, reprezentacja firmy w zakresie zakupów), możliwości ingerencji, zmian w komunikaty systemowe, itp.
- Zarządzanie Zapasami. Ich optymalizacja, kontrola poprzez wskaźniki. Zarządzanie zapasami wolnorotującymi, nierotującymi (S&E, OBSOLETE)
- Rodzaje możliwie generowanych komunikatów systemowych jako część systemu wsparcia dla kupców. Czy decyzje systemowe są zawsze obowiązujące? Podejście Firmy do MRPII jako systemu wsparcia decyzyjnego czy narzucającego decyzje na podstawie poprawnie wprowadzonych danych
- Zdefiniowane i zatwierdzone procesy, procedury postępowania, dokumenty związane w zakupach operacyjnych. Ich powiązanie z innymi procesami w Firmie. Tworzenie procedur i instrukcji, dokumentów formalnych. Czy usprawnia przebieg operacji?
- Wskaźniki zakupów operacyjnych jako parametry miary ich efektywności. Jak kontrolować i mierzyć poprawność i efektywność zakupów i kupców operacyjnych? Co z kontrolą oddziałów Firmy poza Centralą?
- Obowiązki kupców operacyjnych pod kątem współpracy z pozostałą częścią firmy. Wymiana i przepływ informacji. Kontrola dostaw.

3. Zarządzanie Zakupami Taktycznymi / Strategicznymi (Procurement)

Ten rozdział szkolenia poświęcony jest tzw. Procurement czyli zakupami taktycznymi/strategicznymi i zarządzaniem częścią strategiczną zakupów. Omawia współpracę strategii zakupów ze strategią Firmy, ocenę rynku i badanie jego możliwości pod kątem Produktu oraz Dostawców. Szczegółowo omawia potrzebę i zasady weryfikacji i doboru Dostawców, potrzebę i kryteria ich okresowej oceny. Przebieg procesu ofertowego, negocjacje warunków i kontraktów, zarządzanie kosztami zakupu.

- Rola Procurement w Firmie. Wsparcie dla realizacji Strategii / kierunku działań firmy ze strony Zakupów
- Weryfikacja rynku. Wybór strategii działania dostosowanej do możliwości rynku. Czy Produkty, Dostawcy, Partnerzy, Kooperanci są w stanie spełnić nasze wymagania?
- Pre-selekcja, selekcja i wybór Dostawców. Dlaczego audytować? Kryteria i zakres selekcji i audytu dla Dostawców Strategicznych, Taktycznych i Basic. Tworzenie Listy Zaaprobowanych Dostawców (AVL – Approved Vendor List)
- Weryfikacja i okresowa ocena dostawców. Supplier Rating System. Połączenie z wymaganiami norm ISO. Wymiana informacji z Dostawcą w tym zakresie
- Zmiany dostawców. Czy warto dobre zmieniać na lepsze? Long-term relationship – czy przyniesie wymierne korzyści? Współpraca w zakresie R&D, rozwiązań logistycznych, optymalizacji procesów.
- Przebieg procesu ofertowego. Kryteria wyboru ofert, dokumentacja formalna, negocjacje ofertowe, zamknięcie procesu.
- Kontrakty. Tworzenie, negocjacje, reguły, kryteria akceptacji zapisów.
- Przypadek single source; Emergency source jako rozwiązania nie niewygodne. Jak zarządzać?
- Zarządzanie wdrażaniem najlepszych rozwiązań logistycznych (JIT, KANBAN, SMI/VMI). Czego powinniśmy oczekiwać od partnerów?
- Zarządzanie kontrolą kosztów. Koszt standardowy. PPV
- Rola specyfikacji produktowych, zarządzanie próbkami od dostawców, wsparcie norm i ogólnie uznanych specyfikacji. Współpraca z Działem R&D
- Zarządzanie reklamacjami (jakościowe, ilościowe, itp.)

Sugerowane szkolenia wprowadzające:

- BSCM – Basics of Supply Chain Management – Zarządzanie Łłańcuchem Dostaw - Fundamenty

Szkolenia rozwijające temat:

- DSP – Detailed Scheduling and Planning - Szczegółowe Harmonogramowanie i Planowanie – Zarządzanie Zapasami
- SMR – Strategic Management of Resources - Strategiczne Zarządzanie Zasobami

Czas trwania/forma szkolenia:

- 16 godzin w ciągu 2 dni. Prezentacje i analiza przypadków, ćwiczenia praktyczne.



Zapraszamy do kontaktu: biuro@mpm24.com

MPM Productivity Management Sp. z o.o., adres korespondencyjny: os. Na Murawie 13/2a, 61-655 Poznań
adres siedziby: os. Winiary 16/10, 60-655 Poznań, VIII Wydział Gospodarczy KRS, nr 0000037952,
NIP: 779-20-11-571, kapitał zakładowy: 50000,00 PLN, kapitał wpłacony: 50000,00 PLN.