

Snu trenden - optimer dine innkjøp

Steg 7 - Validering av bestilling

Så er vi kommet til det siste steget i innkjøpsprosessen, nemlig validering av bestillingen. Dette steget markerer avslutningen på en pågående syklus som gjentas hver eneste dag.

FINN MECKELBORG,
JON TERJE STUBBERUD
og SVERRE ROSMO

Grunnlaget er allerede lagt.

Som du ser i figuren over, markerer altså dette steget avslutningen på en prosess som i virkeligheten er kulminasjonen av en strukturert og disiplinert arbeidsprosess fra din side:

1. Etterspørselsprognostisering: Ved start av prognoseperioden har du tatt stilling til systemets varsler om unor-

male avvik i forhold til forventet: Var økningen/nedgangen forrige periode en tilfeldighet eller var det starten på en trend? Var det behov for å justere sesongprofiler? Basert på dette og din egen kunnskap er det mulig du justerte prognosen. Uansett var da bestillingen som ble generert basert på din og systemets beste forståelse av forventet etterspørsel.

2. Ledetidsprognostisering: Blant annet basert på total ledetid og ledetidsvariasjon på leverandør- og varenivå har systemet dynamisk beregnet sikkerhetslager og omløpslager. Du la

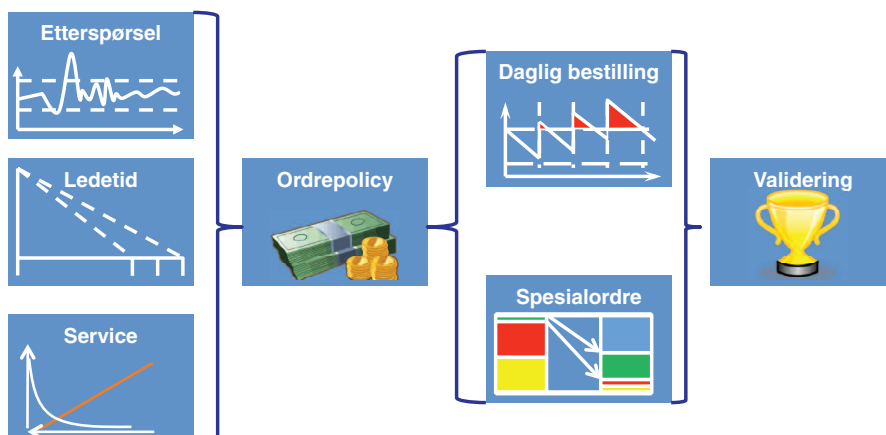
kanskje merke til at systemet forventer en periode med tradisjonelt dårligere leveringspresisjon og at ledetidsvariasjonen derfor har økt litt og sikkerhetslageret derfor økt tilsvarende.

3. Servicegrad: Leverandøren og dennes varer kjøpes nå inn til et sett med økonomisk- og logistikkmessig optimerede servicegrader. Det vil si at ikke bare har du nå tatt hensyn til hva kundene dine forventer; du har også optimert servicegraden i forhold til de underliggende faktorene som påvirker sikkerhetslageret!

4. Ordrepolicy: Du har sørget for at bestillingen som nå har blitt generert, er basert på hva som gir din bedrift størst fortjeneste. Det vil si at du både har fått med deg effekten av leverandørens kommersielle vilkår, transportkostnader osv. Men du har også tatt hensyn til hva forskjellige bestillingsintervaller betyr for din bedrifts logistikk. Med andre ord: En vinn-vinn situasjon for alle parter.

5. Daglig bestilling: Bestillingen som ble generert i dag skjedde med full automatikk. Det vil si at alle parametre som spiller inn - ofte er det så mange som 80-100 forskjellige parametre - automatisk ble avveiet mot hverandre. Både for å avgjøre om det

En strukturert prosess leder frem
til validering av en perfekt bestilling



var nødvendig å bestille i dag, og – om så var – hvor mye som da var optimalt å bestille av hver vare. Din bestilling bestod kanskje av flere hundre linjer, men du gjennomgikk kun sjekkpunktene på de få varene systemet hadde plukket ut som unormale for deg.

6. **Spesialordre/optimering:** På din bestilling i dag var det muligens et kampanjekjøp eller et investeringskjøp? Dette var noe du sannsynligvis planla en god stund tilbake; systemet kom i dag med selve innkjøpsforslaget basert på dine regler rett og slett fordi i dag var tidspunktet du hadde bestemt at systemet skulle kjøpe det ekstra volumet av varen. Du vet samtidig at de ekstra volumene er sammenholdt med varens prognose og balanse, så eventuelle endringer her etter at du planla kjøpet er naturligvis tatt hensyn til. Dermed er ditt ekstra volum dynamisk justert opp eller ned tilsvarende.

7. Validering

Følges systematikken med de syv innkjøpssteg er validering i de fleste tilfeller hva man kan kalle «sandpåstrøing». Vanligvis vil innkjøperen etter denne metodikken kaste et blikk på totalene på bestillingen:

- Ser totalbeløpet nå fornuftig ut? – Er det innenfor grensene av hva jeg normalt bestiller?
- Har jeg fått med meg leverandørens rabattgrenser eller transportbetin-



Så vil innkjøperen raskt gå gjennom de markerte sjekkpunktene og så akseptere bestillingen.

Din innkjøpsavdeling holder nøkkelen til ditt selskaps suksess!

Din innkjøper har nå plassert en bestilling. Og hva så? Det vi har beskrevet i denne artikkelserien, er en serie av velprøvde steg og prosesser som vi *vet* fører til suksess. En rekke norske og nordiske handelselskaper kan gå god for dette og vil endog hevde at deres nåværende posisjon og inntjening ikke

The screenshot shows a procurement software interface with the following sections:

- Order List > Order Summary:** Supplier: 4000 - Reservesspesialisten, Ship Point: Oslo, Location: 1.
- Order Totals:** A table with columns: Order Amt., Need, Adjusted, Final, Bracket, Parameters.

Order Amt.	Need	Adjusted	Final	Bracket	Parameters
Beløp:	1 153 708	2 566 690	2 566 690	Number:	5
Antall:		18 392	18 392	Minimum:	3 000 000
Weight:		38 694	38 694	Maximum:	3 000 000
Net Weight:		34 901	34 901	Unit of Measure:	Currency
Cube:	3 733	5 325	5 325	Rule:	Meet Minimum
Cases:	1 217	2 248	2 248	Discount Type:	Percent Off
Layers:	182	298	298	Discount:	5
Pallets:	36	60	60		
- Order Parameters:** Days Delay: 7, Supplier Order Cycle: 14, Lead Time: 21, Days Allded: [empty], Build To Days: [empty].
- Order Items:** A table with columns: Item, Description, Event, Deal, Order Qty, Available.

Item	Description	Event	Deal	Order Qty	Available
403	DELEBIL Selv	8146	0	8890	3050
404	DELEBIL Sort	0	0	1230	3000
407	Vinterdekk små	0	0	3600	22000
408	Vinterdekk små, med pigg	0	0	2232	5748
410	Vinterdekk store, med pigg	0	0	2440	13500

Annotations in the image:

- Blue box: "Vekt, volum og antall paller er øk" (Weight, volume and number of pallets are increasing) with arrows pointing to the Adjusted and Final columns in the Order Totals table.
- Blue box: "Dine leverandørbetingelser er oppfylt" (Your supplier conditions are fulfilled) with an arrow pointing to the "Supplier Order Cycle" parameter.
- Red box: "Din kampanje har kommet med som planlagt" (Your campaign has come as planned) with an arrow pointing to the "Event" column in the Order Items table.

De foregående 6 innkjøpsstegene er gjennomført slik de skal. Flere hundre linjer med optimerte innkjøp går nå unna på minutter.

- gelsker korrekt? - har systemet bygget opp til riktig antall paller?
- Hva med vekten? – overgår bestillingen maks restriksjoner på denne ruten?
- Antall paller totalt – har jeg kapasitet i varemottaket? Hvis ikke, kanskje jeg skal splitte bestillingen i flere innkommende biler på forskjellige datoer med de varene det er mest behov for på første bil, etc?

hadde vært mulig uten at man i sin tid bestemte seg for å betrakte innkjøperen som det de egentlig er: Ditt selskaps **investorer**. Ved å gi innkjøperne verktøyer, kompetanse – og ikke minst respekt og anerkjennelse, har selskapets måte å planlegge og å gjennomføre sine innkjøp på blitt et av selskapets sterkeste konkurransevåpen, noe som ikke minst synes direkte i regnskapet og i balansen.

Vi avslutter med dette denne artikkelserien. Det har vært en fornøyelse. Vi håper du fant temaet interessant og at du har fått lyst til å ta fatt i og forbedre ditt selskaps innkjøp. I så fall gleder det oss.

Innkjøp er ingen kunst – det er en hel vitenskap! På gjensyn!

Artikkelforfatterne Finn Meckelborg, Jon Terje Stubberud og Sverre Rosmo er partnere i Inventory Investment AS – www.inven.no. De har sammen designet og implementert optimeringsløsninger for innkjøp og vareforsyning hos handelsbedrifter i de fleste bransjer og bedriftstørrelser i Norden og i Europa. De tilbyr konsulenttjenester og optimeringsløsninger innen innkjøp og vareforsyning til det norske og nordiske markedet.