

Av: Klaus Eriksen
Senior Konsulent
TPM Team Scandinavia AS

Lean er ikke bare produksjon. Tankesettet rundt Lean sprer seg i bedriftens administrative avdelinger og støttefunksjoner. Lean stiller krav til hele bedriften, og etter hvert også til innkjøpsavdelingen.



Lean innkjøp

Lean starter hos kunden

Det mest fundamentale innen Lean filosofien er å maksimere verdi sett ut i fra kundens synsvinkel. Bedriften skal altså tilrettelegge sine produkter og serviceytelser så de i stadig høyere grad tilfredsstiller kravene hos kunden. Det å kunne ta kundens briller på blir derfor avgjørende. Lean handler om å involvere bedriftens medarbeidere i et kontinuerlig arbeid med å optimere prosesser og eliminere sløsing. Målet er å skape effektive og feilfrie arbeidsrutiner, og dermed kortere leveringstid og reduksjon av defekter og feilleveranser.

Involveringen av bedriftens medarbeidere er sentral. Det er medarbeiderne som best kjenner bedriftens prosesser, og det er derfor medarbeiderne som kan se muligheten ved å gjøre ting på en ny og

annerledes måte. Lean er ikke bare produksjon. Tankesettet rundt Lean sprer seg rundt i ulike typer administrative avdelinger og støttefunksjoner. Lean stiller krav til hele bedriften, og etter hvert også til bedriftens innkjøpsavdeling.

Å tenke Lean innen innkjøp

Tradisjonelt har bedriftens innkjøpsavdeling hatt som mål å kjøpe råvarer, halvfabrikata og verktøy til lavest mulig pris. En sentral innkjøpsoppgave har vært løpende å presse leverandører til ytterligere kostnadsreduksjoner. Dvs. stort fokus på kortsiktige transaksjoner fremfor langsiktige relasjoner. Lean tankesettet utfordrer disse tradisjonelle tankene. Lean Innkjøp handler om å bygge opp og utvikle varige og transparente partnerskap med solide leverandører. Dermed

bruke mindre tid og ressurser på konstante prisforhandlinger, jevnlig leverandørendringer samt store mellomlagre. Elementer som for sluttkunden ikke bidrar med verdi. Lean blir på den måten et spørsmål om å optimere prosessene, ikke kun internt i bedriften, men også ut mot leverandørene. Et tettere samarbeide med leverandøren gir reduserte kostnader, og gir dermed en mulighet for større inntjening hos både bedriften og leverandøren. Samtidig stabiliseres hele produksjonsapparatet og leveransesikkerheten ut mot sluttkunden økes. Det er altså en vinn-vinn situasjon for sluttkundene, leverandøren og bedriften.