

Prikaz knjige

Prof. dr. sc. Vilim Ferišak

NABAVA: POLITIKA – STRATEGIJA – ORGANIZACIJA-MANAGEMENT

II. Aktualizirano i dopunjeno izdanje, vlastito izdanje, Zagreb, 2002., Str. 617+X.

Koncem kolovoza 2006. godine pojavilo se II. izdanje knjige NABAVA: politika-strategija-organizacija-management autora prof. dr. sc. Vilima Ferišaka, redovitog profesora Ekonomskog fakulteta iz Zagreba.

O prvome izdanju knjige pisali smo u broju 1-2/2001. Ekonomskog vjesnika (str. 123 – 124). Ovom je knjigom profesor Ferišak nastavio s osuvremenjavanjem svoje bogate riznice spoznaja i radova. Naime kako smo i kod prvoga izdanja već konstatairali, profesor Ferišak zasigurno spada u red naših najplodnijih autora iz područja nabave i materijalnoga poslovanja. Poznati su njegovi radovi koji se, prije svega, odnose na knjige *Sistemi šifriranja u OUR* (1975), *Nabava i materijalno poslovanje* (suautor s L. Stihovićem, 1989), *Organizacija materijalnog poslovanja* (1995), *Elementi managementa nabave* (1999 i 2000), *Nabava: politika-strategija-organizacija-management* (2002).

U predgovoru ovome II. izdanju autor je naglasio da je građa aktualizirana i da je napravljen niz dopuna u tekstu i slikama, te da su dodani prilozi koji se odnose na lanac opskrbe (engl. *supply chain*) i na odnos nabave prema podizanju dobavljačkih cijena. U svakome slučaju značenje nabave postaje sve veće jer se mijenjaju strukture i tokovi poslovanja, budući da se poduzeća sve više orijentiraju na ključne

processe, te se trebaju povezivati i stvarati virtualne strukture. Dakle sve je veći udio vrijednosti nabave u vrijednosti prodaje. Osim toga, nabava se sve više bavi i pribavljanjem istraživačkih rezultata odnosno intelektualnoga kapitala.

Ovakvim sveobuhvatnim pristupom obradi nabave profesor Ferišak velikim je dijelom obuhvatio i logističke probleme nabave u poslovanju poduzeća i u njegovu odnosu s drugim sudionicima u lancu stvaranja vrijednosti.

Knjiga NABAVA: politika-strategija-organizacija-management, II. aktualizirano i dopunjeno izdanje, vrlo je obuhvatna, jer sadrži 617 stranica. U njoj se nalazi i 182 slike.

Knjiga se sastoji od šest poglavlja, i to:

- (1) Pojam, ciljevi, značenje i razvoj nabave (str. 1 – 59);
- (2) Politika i strategija nabave (str. 61 – 245);
- (3) Operativno planiranje nabave (str. 247 – 319);
- (4) Organizacija nabave (str. 321 – 416);
- (5) Operativno poslovanje nabave (str. 417 – 515);
- (6) Strategijski management nabave (str. 517 – 596).

Na kraju knjige navedena je literatura (153 rada, str. 597 – 603) i kazalo pojmova (str. 605 – 617).

U prvom poglavlju najprije je obrađen pojam nabave i pojmovi vezani uz njega: nabava u užem

* Ekonomski fakultet u Osijeku

smislu, nabava u širem smislu, opskrba, kupnja, materijalno poslovanje, logistika, marketing nabave, catering i lanac opskrbe – organizacijska integracija procesa opskrbe. Nadalje se analizira: značenje nabave, svrha nabave, položaj nabave te razvoj (povijesni) nabave i materijalnoga poslovanja.

Drugo poglavlje „Politika i strategija nabave“ je najobuhvatnije. Autor se najprije bavi instrumentima politike nabave: politikom količina, politikom kakvoće, politikom nabavnih cijena, politikom izvora nabave, politikom odnosa s dobavljačima, politikom plaćanja robe i usluga, politikom ugovora o nabavi i politikom oglašavanja i odnosa s javnošću. Polazište je autora da intenzitet korištenja instrumenata politike nabave u velikoj mjeri ovisi o odnosima na tržištu i o tržišnim aktivnostima i primijenjenim instrumentima politike prodaje dobavljača. U svakome slučaju instrumente politike nabave ne smije se koristiti izolirano, već ih treba odgovarajuće koristiti zbog postizanja sinergijskih učinaka (miks nabave).

Kod strategije nabave autor analizira strategiju izvora opskrbe te nabavu kao integralnu i integrativnu funkciju poduzeća.

Treće poglavlje sadrži operativno planiranje nabave, pa se obrađuje: planiranje potreba za predmetima rada i uslugama, planiranje načina nabavljanja i planiranje zaliha predmeta rada. Kod planiranja potreba za predmetima rada i uslugama obrađuju se najprije koraci u planiranju potreba i vrste potreba, a zatim i metode istraživanja potreba za predmetima rada i uslugama, vrednovanje potreba i praktična primjena istraživanja potreba. Kao načine nabavljanja treba planirati rokove nabave, količine nabave, i sustave nabavljanja. Kod zaliha predmeta rada potrebno je utvrđivanje njihovih normativa, zatim sigurnosne zalihe, signalne zalihe i maksimalne zalihe. Ovaj dio knjige predstavlja važnu analitičko-instrumentalnu obradu različitih metoda i postupaka vezanih uz upravljanje zalihama (npr. *Kanban*, *Just in time* i drugi).

Četvrto se poglavlje bavi organizacijom nabave: procesom organizacije nabave, oblikovanjem organizacijske strukture nabave, oblicima organizacijske strukture nabave, te oblicima organizacije poslovanja. U procesu organiziranja nabave važno je poznavanje organizacijske strukture i organizacije poslovanja (procesa), kao i otpora organizacijskim promjenama. Da bi se oblikovala organizacijska struktura nabave, potrebno je poznavanje metoda i načela tog oblikovanja, a potom se obavlja analiza zadataka, sinteza zadataka i oblikovanje radnih

mjesta. Kao oblike organizacijske strukture nabave autor je obradio: centralizaciju i decentralizaciju nabave, mjesto nabave u organizacijskoj strukturi poduzeća, unutarnju organizaciju službe nabave, tehnike prikazivanja organizacijske strukture, te tehnike prikazivanja organizacije poslovanja (proces). Ovaj dio knjige obiluje zanimljivim i korisnim grafičkim prikazima i analitičkom obradom pojedinih problema.

U obradi operativnoga planiranja nabave (peto poglavlje) autor se najviše bavi elementima procesa nabavljanja, kao što su: zahtjev za nabavu, upit, ponuda, vođenje pregovora o nabavi, ugovor o nabavi i narudžba, sve do izdavanja robe sa skladišta. Potom još obrađuje: proces elektroničke nabave, etiku u nabavi, osiguranje i zaštitu podataka u procesima nabave, te instrumente kontrole i ocjene operativnog poslovanja nabave.

U šestome poglavlju obrađen je strateški menadžment nabave. Najprije se obrađuje istraživanje tržišta nabave: objekti i područja istraživanja tržišta nabave, metode istraživanja tržišta nabave i organizacija istraživanja tržišta nabave. Nakon toga slijedi ABC i XYZ analiza u nabavi. U ovome je poglavlju važna i obrada sustava šifriranja i klasifikacije u nabavi. Posebno značenja ima vrijednosna analiza u nabavi i materijalnom poslovanju i postupci za njezino provođenje. Posljednje se potpoglavlje ovoj poglavlja odnosi na obradu problema poslovne odluke „proizvesti ili nabaviti“.

Ovom obuhvatnom knjigom popunjena je velika praznina iz područja nabavnoga poslovanja u našoj domaćoj ekonomskoj literaturi, s obzirom na činjenicu da se nabava predaje gotovo na svim ekonomskim fakultetima i stručnim studijima iz područja trgovine, logistike i tržišnog poslovanja općenito. Spajajući sve glavne dosadašnje spoznaje iz područja nabavnoga poslovanja sa suvremenim menadžmentom poduzeća, ovom je knjigom profesor Ferišak omogućio novo, integralno shvaćanje nabavne funkcije u poduzeću i u novim poslovnim strukturama. U tome je smislu pokazao i izvjesni porast značenja ove funkcije.

Knjiga je pisana laganim, razumljivim stilom. Međutim po širini zahvaćene problematike, a i po dubini iznesenih problema ona nadmašuje domete udžbenika. U metodičkom je smislu knjiga također osobito korisna, te je ona svakako potrebna i kao priručnik ne samo za studente i istraživače nego i za praktičare koji se bave organizacijom i poslovanjem nabave odnosno cijeloga poslovnog sustava.