

Predgovor autora i urednika

Knjiga *Strateška nabava* je rezultat mogega konzultantskoga rada i konzultantskoga rada mojih suradnika u A.T. Kearneyju u širem međunarodnom okruženju, jugoistočnoj Europi i Hrvatskoj. Ipak, tri glavna impulsa su me potakla na pokretanje projekta ove knjige te na pozivanje i motiviranje svojih suradnika za pisanje knjige *Strateška nabava*:

- Optimiranje i uspostava suvremene nabavne funkcije jedna je od A.T. Kearneyjevih ključnih kompetencija. A.T. Kearney surađuje sa svim vodećim tvrtkama, koje su već prije više od trideset godina počele s postavljanjem nabave na stratešku razinu vođenja tvrtke. Sa suradnicima Andrejom Vizjakom, Jan van der Oordom i Guidom Bollujem uspješno smo primjenjivali suvremene koncepte nabave u suradnji s tvrtkama u jugoistočnoj Europi, zato upravo njima moram u punoj mjeri zahvaliti na stjecanju ključnih praktičnih znanja i iskustva o nabavi.
- Drugi važan impuls je okruženje. Naša uspješna suradnja s hrvatskim tvrtkama, na primjer s Podravkom, Lurom – Dukatom, Nexe grupom, Hrvatskim telekomunikacijama, Privrednom bankom Zagreb i drugima, napokon je opovrgnula neka mišljenja kako hrvatske tvrtke pripadaju manje razvijenom okruženju. Sve spomenute tvrtke, pa i druge, danas uspješno djeluju i konkuriraju u međunarodnom okruženju i uvođe najsuvremenije poslovne koncepte. Time dokazuju da je svakoj hrvatskoj tvrtki otvoren put do međunarodne uspješnosti. Ponosni smo što možemo tu tvrdnju potkrijepiti izdavanjem naše knjige o nabavi.
- Treći važan impuls jest moja suradnja s akademskom sferom u vrijeme i nakon mogega poslijediplomskoga studija. Zahvaljujem profesorima Nenadu Filipoviću s Poslovne škole IEDC Bled School of Management i Tomu Vollmannu s

IMD Lousanne. Njihov rad i sugestije dali su velik doprinos primjeni naprednih rješenja u nabavi u našem okruženju, pogotovo u razmišljanju o inovativnosti kao važnoj poluzi u odnosu dobavljača i tvrtki kupaca.

Knjiga je koncipirana u tri glavna dijela. U prvom dijelu, u dva poglavlja ukazujem na stratešku važnost nabave u poslovanju tvrtke te na modele suvremene organizacije nabavne funkcije u tvrtkama. U drugom je dijelu riječ o specifičnim nabavnim područjima: Tomislav Čorak piše o nabavi IT opreme i usluga, Ivan Matasić o nabavi marketinških usluga, Roko Vodopija o nabavi logistike, Frank Thewihsen i Mitja Kumar pišu o e-nabavi te Guido Bollue i Petra Kapetanić o nabavi u javnom sektoru. U trećem dijelu navode se konkretni primjeri. U tom dijelu pridružili su nam se kao autori i voditelji nabava iz dviju uspješnih hrvatskih tvrtki, pa tako Branko Vuljak iz Podravke i naš konzultant Zlatko Bazianec opisuju nabavu u prehrambenoj industriji na primjeru Podravke, Vanja Radeljić piše o primjeru multifunkcionalnih uređaja u Privrednoj banci Zagreb, Damir Čičak opisuje poseban primjer iz nabave u prehrambenoj industriji te zajedno s Barbarom Ergović i Božom Ljuljem iz Nexe grupe opisuju nabavni primjer u industriji građevinskih materijala.

U pripremu knjige uloženo je mnogo napora; stoga bih posebno zahvalio Zlatku Bazianecu i Petri Vrhovec na pripremi tekstova i koncipiranju knjige. Bez njihova upornog rada ova knjiga ne bi mogla izaći.

Na kraju bih želio posebno zahvaliti dekanu Zagrebačke škole za ekonomiju i menadžment, prof. Đuri Njavri. Naša uspješna suradnja sa Školom i izdavačkom kućom MATE pridonijela je izdavanju ove knjige.

Branko Žibret