

## 4 Nabava

*Poslovodja prodajalne »Elektronček« trdi: «Brez dobre nabave ne bo uspešne prodaje.»*

*Ali se strinjaš z njegovo trditvijo? Razloži.*

V poglavju 1.2.4 smo na kratko opisali poslovne funkcije trgovskega podjetja, v nadaljevanju pa se bomo poglobili v spoznavanje dela in organizacije v nabavi, skladiščenju in prodaji trgovskega podjetja na drobno, saj so to najpomembnejše poslovne funkcije.

V četrtem poglavju bomo:

- bolj natančno spoznali nabavna opravila,
- izvedeli, kako je lahko organizirana nabavna služba,
- primerjali različne nabavne poti,
- izvedli nabavni postopek.

Nabava je oskrbovanje trgovskega podjetja:

- s trgovskim blagom za prodajo,
- z drugimi poslovnimi sredstvi (oprema, embalaža, drobni inventar idr.) in
- s storitvami, ki jih trgovsko podjetje potrebuje pri opravljanju svojih dejavnosti (na primer prevoz idr.).



### POMNI

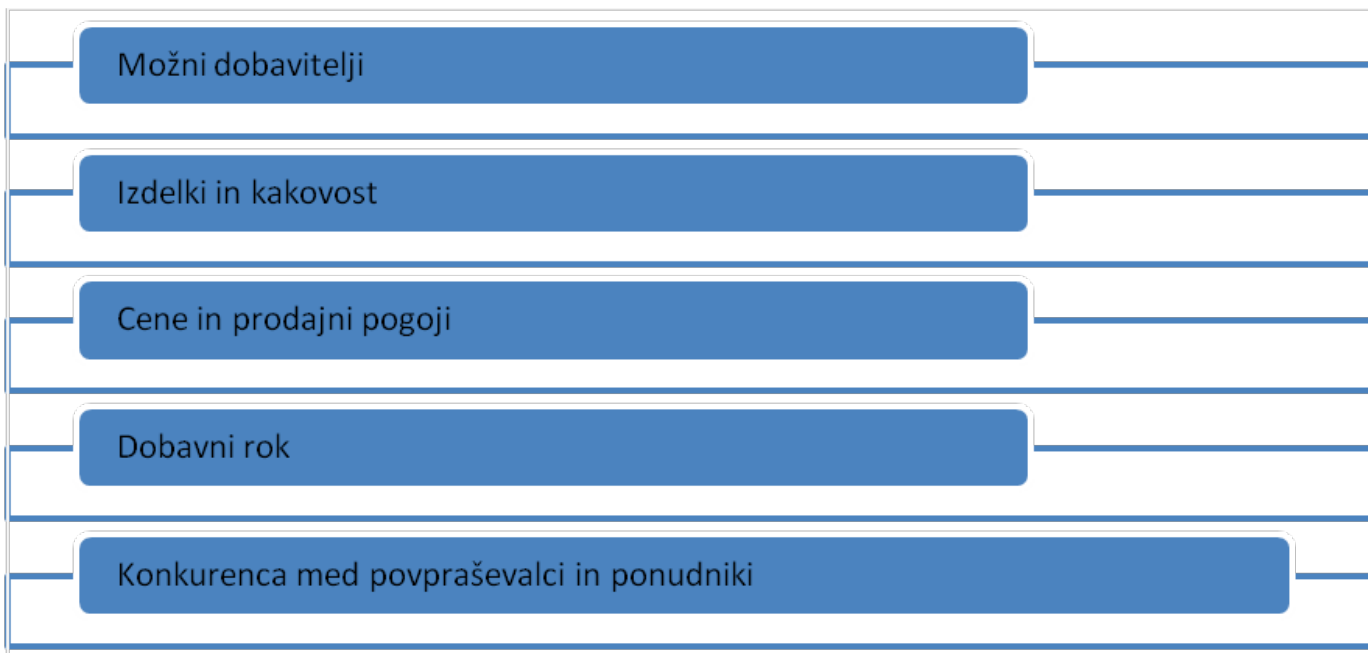
Nabava je začetna faza poslovanja, zato je od uspešne nabave odvisna uspešnost celotnega poslovanja podjetja. Cilj nabave je, da je trgovsko blago ustrezne kakovosti in količine. V podjetje mora priti pravočasno in po ugodnih nabavnih pogojih.

Za doseganje teh ciljev morajo delavci v nabavi **opravljati vrsto opravil:**

- pripravljalna dela: raziskava nabavnega trga, planiranje nabave, oblikovanje nabavne strategije-sprejemanje nabavnih odločitev,
- izvrševanje nabave: iskanje ponudb, sklepanje pogodb, naročanje,
- nadzor nabave,
- vodenje nabavnih evidenc.

### 4.1 Raziskava nabavnega trga

Kako se odločamo za večje nakupe? Ali gremo v prvo prodajalno, izberemo in plačamo ali primerjamo ponudbo v različnih prodajalnah in se šele po preudarku odločimo za nakup? Verjetno pri večini velja slednje: tudi v trgovskem podjetju ravnajo enako, saj gre za velike nakupne vrednosti. Torej najprej preučijo ponudbo blaga na trgu. Cilj te dejavnosti je pridobitev najbolj ugodnih in zanesljivih dobaviteljev. V nadaljevanju je navedeno, kaj vse nas zanima, ko raziskujemo nabavni trg.



### **a) Možni dobavitelji**

Proučiti je potrebno, kdo so možni dobavitelji, kakšno je njihovo poslovanje, zanesljivost in reference, kako njihova ponudba ustreza zahtevam trga, kakšne so njihove zmogljivosti. Vire podatkov o možnih dobaviteljih lahko trgovsko podjetje pridobi v strokovnih revijah, poslovnih imenikih, na spletu, pri poslovnih združenjih, na Gospodarski zbornici, sejmih, razstavah pa tudi v poslovnih ali neformalnih stikih z dobavitelji ter drugimi poslovnimi partnerji.

### **b) Ponudba izdelkov in njihova kakovost**

Podjetje se zanima za širino in globino nabavnega asortimenta, pogostost uvajanja novih izdelkov, lastnosti izdelkov, kakovost, blagovne znamke, morebitno garancijo in servisiranje idr. Oceno kakovosti si lahko pridobi od strokovne, neodvisne institucije, ki preverja kakovost.

### **c) Cene izdelkov pri posameznih dobaviteljih ter prodajni pogoji**

Poleg cen je potrebno ugotoviti, kakšni so popusti, plačilni pogoji, kako je s kritjem stroškov dobave, rizika in embalaže.

### **d) Dobavni roki**

Gre za čas in zanesljivost dobave.

### **e) Konkurenca med povpraševalci in ponudniki.**

Pomembno je, da ugotovimo, kolikšno je število potencialnih dobaviteljev blaga, po katerem povprašujemo. Več, kot je dobaviteljev, bolj lahko vplivamo na ugodnejše dobavne pogoje, saj je med njimi konkurenca. Žal pa velja tudi obratno. Ko je dobaviteljev malo ali je en sam, je le on tisti, ki postavlja pogoje.

Če je velika konkurenca med povpraševalci (kupci), bodo to dobavitelji skušali izkoristiti in prodati po čim višji ceni in obratno.