



ИКОНОМИЧЕСКИ **УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА**

КУРСОВА РАБОТА

по Логистика

на тема:

ОЦЕНЯВАНЕ И ПОДБОР НА **ДОСТАВЧИЦИТЕ**

Изработил:

Ръководител:

Въведение

Всяка една организация, която се стреми към дългосрочно запазване на своята конкурентна способност, би следвало да осъществява процеса на стратегическо планиране. Основният въпрос в този процес според Питър Дракър (1974) се състои в това, какво да се предприеме сега, за да се определят целите на бъдещото развитие на организацията. Тяхното постигане се подпомага от следващите фази на стратегическо планиране, които се състоят във формулиране на специфичните стратегии (корпоративна, бизнес и функционални стратегии); реализирането на стратегиите и оценка и контрол на стратегиите по отношение изпълнението на поставените цели.

В доклада се третират някои въпроси, възникващи в процеса на стратегическо планиране в областта на снабдяването като част от общия процес на стратегическото планиране в една организация. Основните предизвикателства пред мениджърите по снабдяването в този сложен процес според Линдърс (1997, стр.633) са следните:

1. Правилно интерпретиране на корпоративните цели и определяне на произтичащите от тях цели за снабдяването.
2. Определяне на подходящ план за действие, т. е. на стратегии за постигане на желаните цели в снабдяването.
3. Осигуряване на обратна връзка за интегриране на проблемите на снабдяването с целите и стратегиите на организацията.

Тези предизвикателства изискват осъществяване на множество взаимовръзки между отделните фази и етапи на процеса на стратегическо планиране. Поставя се за цел изследването на взаимовръзката между конкурентните предимства на дадена организация, дефинирани чрез нейната бизнес-стратегия и критериите за избор на доставчик.

Съществуването на такава взаимовръзка е подсказано в дефиницията на Killen и Kamauff (1995) относно избора на доставчик. Те определят това основно стратегическо решение в снабдяването като , процес на създаване на добавена стойност (или оптимален микс) от взаимовръзките на снабдяването с цел да се постигнат конкурентните предимства на организацията. Създаването на добавена стойност чрез външните връзки на организацията с нейните доставчици означава избор на подходящи доставчици на базата на задълбочени проучвания, анализи и не на последно място правилно подбрани критерии.

За целите на теоретичното извеждане на посочената взаимовръзка се проследяват последователно предхождащите стъпки в процеса на стратегическото планиране и съществуващите между тях взаимовръзки. При това се изграждат хипотези за съответствия между:

- бизнес-стратегията на организацията и целите, произтичащи от нея за снабдяването;
- целите на снабдяването и стратегиите на снабдяване;
- конкурентните предимства и критериите за избор на доставчици.