

VIŠJA STROKOVNA ŠOLA ACADEMIA,
MARIBOR

DIPLOMSKO DELO

ANALIZA LOGISTIČNIH PROCESOV NA
PRIMERU PODJETJA HP HOBBY PROGRAM d.o.o.

Kandidat: Anders Vili

Študent študija ob delu

Številka indeksa: 11190122483

Program: Komerčialist

Mentor: dr. Andreja Križman, univ. dipl. ekon.

Maribor, april 2010

IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKE NALOGE

Podpisan Anders Vili, št. indeksa 11190122483, sem avtor diplomske naloge z naslovom Analiza logističnih procesov na primeru podjetja HP Hobby program d.o.o. ki sem jo napisal pod mentorstvom dr. Andreje Križman, univ. dipl. ekon.

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predložena diplomska naloga izključno rezultat mojega dela.
- sem poskrbel, da so dela in mnenja drugih avtorjev, ki jih uporabljam v predloženi nalogi, navedena oz. citirana skladno s pravili Višje strokovne šole Academia.
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del oz. misli, kot moje lastne – kaznivo po Zakonu o avtorskih in sorodnih pravicah; UL št. 16/2007; (v nadaljevanju ZASP), prekršek pa podleže tudi ukrepom VSŠ Academia skladno z njenimi pravili.
- Skladno z 32. členom ZASP dovoljujem VSŠ Academia objavo diplomske naloge na spletnem portalu šole.

Maribor, april 2010

Podpis:

ZAHVALA

Naprej se zahvaljujem svoji družini, posebej ženi Snežani in hčeri Staši, kateri sta mi stali ob strani od začetka študija, me spodbujali in verjeli vame.

Zahvaljujem se tudi vsem sošolcem za druženje in spodbujanje, kot tudi sodelavcem, posebej lastnikom podjetja HP Hobby program, za vse drobne nasvete, kot tudi za vse stvari, ki so jih naredili nevede.

Posebna zahvala mentorici dr. Andreji Križman, univ. dipl. ekon., in ravnateljici mag. Mirjani Ivanuša Bezjak, univ. dipl. ekon., za nenehno spodbujanje in nasvete.

Zahvaljujem se Martini Kapun za lektoriranje, Tadeji Kapun pa za lektoriranje Abstracta.

POVZETEK

V tem diplomskem delu smo predstavili svoj pogled na logistiko kot pomemben sestavni del podjetja. V današnjem času prihaja do vse hitrejših tržnih sprememb, katere podjetja občutijo na različnih nivojih. Do sprememb prihaja pri njihovih dobaviteljih, kakor tudi pri kupcih. Dobavitelji in kupci postajajo vse zahtevnejši, od svojih partnerjev pričakujejo hitrejši odzivni čas, zanesljivost, bolj pregledno poslovanje, kar je mogoče doseči z učinkovito logistiko v samih podjetjih. Vedno bolj prihaja do pomena dobro organizirana logistika v okviru podjetja, kot tudi uporaba informatike v sami logistiki. Prav iz tega razloga je logistika tema, o kateri je vredno razpravljati in poskusiti najdi nove ideje, ker prihranjen čas in denar, do katerega pridemo v pravilno organizirani logistični celici, lahko uporabimo kot prepotrebno prednost pred konkurenco.

Sama organiziranost logistične funkcije predstavlja tudi močen izziv, saj se mora sama logistika v podjetju neprestano prilagajati nenehnim razmeram na trgu, katere so, zaradi trajajoče tranzicije v naši družbi, še posebej kaotične. Prilagajati se mora transportnim dogodkom, nabavnim in prodajnim gibanjem na tržišču kot tudi političnim situacijam na posameznih delih svojega trga.

Pri tem ne smemo pozabiti, da je ažurnost in sledljivost zalog bistvenega pomena vsake logistične funkcije. Učinkovita organiziranost skladišča in uporaba informacijske tehnologije je predpogoj za potrebno disciplino v krogu nabave, skladiščenja, razvoza blaga kot tudi na koncu za pravočasno zadovoljitev končnih kupcev.

Diplomsko delo smo razdelili na nekaj vsebinskih delov. Na kratko smo predstavili podjetje, da bi se lažje približali temi, ki jo želimo obravnavati. Prav tako smo predstavili logistiko in njene dele. V glavnem delu smo bolj natančno preučili potek logističnih procesov v podjetju HP Hobby program, ugotovili slabosti, izvedli anketo med odjemalci, analizirali rezultate in predlagali izboljšave.

Pri izdelavi diplomskega dela smo sloneli na izkušnjah, ki sem jih pridobil pri uvajanju informacijskega sistema v skladiščne prostore, pri delu na delovnem mestu vodje logistike kot tudi na literaturi in virih.

Ključne besede: logistika, skladiščenje, transport, zaloge, kupci.

ABSTRACT

In this diploma work, we present our view of logistics as an important component of a company. Nowadays market changes are becoming increasingly rapid and the company experiences them on different levels. They can be observed in their suppliers as well as in their buyers. Both parties are becoming more and more demanding, expecting faster response time, reliability and transparent operations of their partners. All this can be achieved by efficient logistics in companies themselves. Well-organized logistics within a single company is becoming more important than the use of information science in logistics itself. It is this reason that makes logistics an issue worth discussing and researching, because time and money gained by correctly organized logistics cell can be used as much needed plus in competition.

The very structure of the logistics function presents a strong challenge. The logistics of the company has to continually adapt to circumstances on the market, which are especially chaotic because of the lasting transition in our society. It has to adapt to the transport, purchasing and selling trends of the market, as well as to political situations in various parts of their market.

Thereby we must not forget that up-to-dateness and traceability of supplies are of a great importance for every logistic function. Efficient organization of storage and use of information technology are preliminary conditions for the necessary discipline in this circle of purchase, storage, goods transportation and at the end for satisfaction of end-customers.

This diploma is divided into three sections. First of all we present the company in few words in order to approach the theme that we would like to discuss. Then we talk about the logistics and its parts. In the main part we conduct a more detailed examination of the logistics processes in the company HP Hobby Program, identify weaknesses, conduct a survey among costumers, analyze the results and suggest improvements.

In drawing up the thesis of this work, I leaned on the literature and sources on one side and on the experience gained by working as the head of logistics and by implementing an information system into storage rooms on the other side.

Key words: logistics, storage, transport, stocks, customers.

KAZALO VSEBINE

1 UVOD.....	8
1.1 Opredelitev področja in opis problema	8
1.2 Namen, cilji in osnovne trditve	8
1.3 Predpostavke in omejitve raziskave	9
1.4 Predvidene metode raziskovanja	9
2 PREDSTAVITEV PODJETJA HP HOBBY PROGRAM d.o.o.....	10
3 POJEM LOGISTIKE.....	11
3.1 Razvoj logistike	11
3.2 Opredelitev logistike	13
3.3 Cilji logistike	14
3.4 Logistični podsistemi.....	14
4 NABAVNA LOGISTIKA.....	15
4.1 Ugotavljanje in opredeljevanje nabavnih potreb	16
4.2 Naročanje pri dobavitelju	16
4.3 Transport.....	17
4.4 Kontrola kakovosti v lastnem podjetju.....	17
5 NOTRANJA LOGISTIKA.....	19
5.1 Vhod blaga.....	20
5.2 Notranji premiki	21
5.3 Proces izdajanja blaga	22
6 DISTRIBUCIJSKA LOGISTIKA.....	26
6.1 Elementi distribucijske logistike.....	27
6.2 Potek pobiranja naročil.....	28
6.3 Dostava do odjemalcev.....	30
7 POPRODAJNA LOGISTIKA.....	33
7.1 Načrtovanje in demontaža stare opreme pri kupcih	33
7.2 Pobiranje, transport in manipulacija vračil.....	34
7.3 Odstranjevanje odpadkov	35
8 ANKETA MED GROSISTIČNIMI KUPCI.....	36
8.1 Izdelava ankete	36
8.2 Rezultati ankete	38
9 PREDLOGI ZA IZBOLJŠAVE V PODJETJU HP HOBBY PROGRAM.....	49
10 ZAKLJUČNE MISLI IN KRITIČNI POGLED.....	51
11 LITERATURA	52

KAZALO SLIK

Slika 1: Dodeljevanje lokacij v skladišču.....	19
Slika 2: Prezem blaga	20
Slika 3: Najboljša pot med vrstami	23
Slika 4: Primer izdelane prevoznice	25
Slika 5: Prispela naročila v programu pred obdelavo.....	29
Slika 6: Primer prevoznice v izdelavi.....	31
Slika 7: Izdelana prevoznica.....	31
Slika 8: Skupni rezultati ankete	38
Slika 9: Graf o zadovoljstvu z delom naših potnikov.....	39
Slika 10: Graf o zadovoljstvu z dogovorjenim dostavnim časom	40
Slika 11: Graf o zadovoljstvu s pravočasno dostavo blaga s strani prevoznikov	41
Slika 12: Graf o zadovoljstvu s kakovostjo priprave blaga	42
Slika 13: Graf o zadovoljstvu z reševanjem reklamacij	43
Slika 14: Graf o zadovoljstvu pri odvozu poškodovanega ali neprodanega blaga.....	44
Slika 15: Graf o številu mesečnih naročil.....	45
Slika 16: Graf o načinu oddaje naročil	46
Slika 17: Graf o času dostave blaga	47
Slika 18: Graf o regijah poteka ankete	48

KAZALO TABEL:

Tabela 1: Rezultati odgovorov na vprašanje 1	38
Tabela 2: Rezultati odgovorov na vprašanje 2	39
Tabela 3: Rezultati odgovorov na vprašanje 3	40
Tabela 4: Rezultati odgovorov na vprašanje 4	41
Tabela 5: Rezultati odgovorov na vprašanje 5	42
Tabela 6: Rezultati odgovorov na vprašanje 6	43
Tabela 7: Rezultati odgovorov na vprašanje 7	44
Tabela 8: Rezultati odgovorov na vprašanje 8	45
Tabela 9: Rezultati odgovorov na vprašanje 9	46
Tabela 10: Rezultati odgovorov na vprašanje 10	47

1 UVOD

1.1 Opredelitev področja in opis problema

V današnjem času prihaja do vse hitrejših tržnih sprememb, ki jih podjetja občutijo na različnih nivojih. Do sprememb prihaja tako pri njihovih dobaviteljih kakor tudi pri kupcih. Dobavitelji in kupci postajajo vse zahtevnejši, od svojih partnerjev pričakujejo hitrejši odzivni čas, zanesljivost, bolj pregledno poslovanje, kar je mogoče doseči z učinkovito logistiko v samih podjetjih. Vedno bolj prihaja do pomena dobro organizirana logistika v okviru samega podjetja in učinkovita uporaba informatike v njej. Prav iz tega razloga je logistika tema, o kateri je vredno razpravljati in poskusiti najdi nove ideje, ker prihranjen čas in denar do katerega pridemo v pravilno organizirani logistični celici lahko uporabimo kot prepotrebno prednost pred konkurenco.

Sama organiziranost logistične funkcije predstavlja tudi močen izziv, saj se mora sama logistika v podjetju neprestano prilagajati nenehnim razmeram na trgu, katere so, zaradi trajajoče tranzicije v naši družbi, še posebej kaotične. Prilagajati se mora transportnim dogodkom, nabavnim in prodajnim gibanjem na tržišču kot tudi političnim situacijam na posameznih delih svojega trga.

1.2 Namen, cilji in osnovne trditve

- Namen diplomskega dela je predstaviti logistiko in njene podsisteme in to prikazati na praktičnem primeru slovenskega podjetja.
- Cilji diplomskega dela:
 - opredelitev logistike s teoretičnega vidika,
 - proučiti potek logističnih procesov v izbranem podjetju,
 - ugotoviti, na katerem področju oziroma področjih v podjetju so najbolj vidne slabosti in pomanjkljivost logistike,
 - predstaviti načine naročanja, proces naročanja in dostave izdelkov,
 - narediti anketo med odjemalci o zadovoljstvu v zvezi z logistično oskrbo,
 - analizirati rezultate ankete in predlagati izboljšave.
- Osnovne trditve diplomskega dela:

- s posvečanjem večje pozornosti logistiki bi podjetje lahko zmanjšalo stroške podjetja,
- da bi zmanjšali stroške podjetja, je potrebna večja integracija med oddelki, s tem se poboljša komunikacija, kar bi vodilo k zmanjšanju stroškov in večji kakovosti storitev,
- rezerva je v boljši organiziranosti logističnih podsistemov.

1.3 Predpostavke in omejitve raziskave

- V slovenskih podjetjih logistika še vedno ni tako razvita kot v tujih podjetjih.
- Pri raziskavi se bom omejil na preučevanje dejavnosti tistih oddelkov v podjetjih, kateri so vezani za logistične procese.

1.4 Predvidene metode raziskovanja

- Raziskava bo poslovna, gre za preučevanje dejavnosti logistike podjetja, uporabili bomo dinamično metodo, s preučevanjem dejanskega stanja in možnih sprememb.
- Anketa bo narejena na vzorcu 100 anketirancev – predvidoma poslovodje trgovin odjemalcev, ali pa osebe katere so zadolžene za naročanje ali prevzemanje blaga.
- Dobljene rezultate bomo prikazali v obliki grafov in jih opremili z razlago.

2 PREDSTAVITEV PODJETJA HP HOBBY PROGRAM d.o.o.

Podjetje HP HOBBY PROGRAM D.O.O. oz. TUKANO D.O.O. je družinsko podjetje z lastnim kapitalom, katero se je razvilo iz obrtne delavnice ZAM s 25 letno tradicijo, kjer sta lastnika, zakonca Milena in Cvetko Zadravec, pričela s profesionalno kariero s področja malih živali, s proizvodnjo opreme za male živali.

Leta 1989 sta zakonca Zadravec s spremembo političnega režima v bivši Jugoslaviji, ustanovila podjetje HP Hobby program d.o.o., vsak s 50 % deležem. Podjetje je poslovalo in tkalo poslovne mreže na področju celotne bivše Jugoslavije, kot grosist s področja malih živali, kjer je s desetimi zaposlenimi vršilo uvoz in ekskluzivno veleprodajo artiklov za šest podjetij iz zahodne Evrope.

Z vestnim delom in zadovoljstvom strank se je podjetje razvijalo s tržnimi potrebami na trgu. Z razvojem kulture do malih živali pa se je razvilo v največje specializirano podjetje za male živali. Podjetje je leta 1991 odprlo svojo prvo specializirano prodajalno, kjer je poleg lastnih prodajnih artiklov pričelo tržiti ostale blagovne znamke.

Veleprodaja se je hitro razvijala, tako da je podjetju uspelo podpisati prodajne pogodbe s cca. 800 kupci, to je z vsemi poslovnimi sistemi, 90 % vseh specializiranih trgovin in z vsemi pomembnejšimi vrtnimi centri.

Zaradi velikega obsega poslovanja, velikega razvoja maloprodajne mreže trgovin, težkega nadzora nad poslovanjem in strateške poslovne odločitve, sta se zakonca Zadravec odločila ustanoviti podjetje HP Hobby program d.o.o., katero je bilo predvideno za prevzem maloprodajnega poslovanja lastnih in franšiznih prodajal. Podjetje HP- Hobby program pa se je obdržalo kot veleprodajno - grosistično podjetje, katero je odgovorno za uvoz blaga, prodajo blaga Tukano zoo&vrt – lastnim franšiznim trgovinam, kot drugim veleprodajnim odjemalcem, nadzor nad poslovanjem podjetja v Zagrebu in Sarajevu, predvsem pa za kontrolo in trženje lastnih blagovnih znamk, kontrolo nad urejenostjo prodajnih prostorov v trgovinskih sistemih in spremljanje konkurence na trgu.

Podjetje je ustanovilo tudi svojo lastno distribucijsko mrežo, tako da lahko sami dostavljajo blago kupcem po vsej Sloveniji.

Leta 2004 je HP Hobby program d.o.o. z nekaj več kot šestdeset zaposlenimi in 7.200.000 € letnega prometa zdaleč največje podjetje za oskrbo malih živali v Sloveniji.

HP Hobby program d.o.o. izvaja veleprodajo blaga in živali na tisoč osemsto prodajnih mestih.

3 POJEM LOGISTIKE

3.1 Razvoj logistike

Logistika je dokaj mlada veda. Pravi razmah je doživela v drugi polovici 20. stoletja in morda zaradi tega zelo težko najdemo enotno opredelitev logistike kot vede, oziroma področij njenega proučevanja. Za pravilno razumevanje logistike je smiselno na kratko pogledati njen razvoj in nekatere od sodobnih opredelitev.

Sam izraz logistika se je pojavil v XVII. stoletju. Za pojem logistika najdemo dva različna izvora, in sicer iz francoščine in grščine. Po francoščini bi beseda "loger" pomenila lahko nastanitev, namestitev, preskrbovanje. Po drugem izvoru se navajata besedi "logos" in "logicos", kar bi lahko prevajali kot računati, pravilno misliti ali biti razumen.

Morda so prvič uporabili izraz leta 1670 v armadi Ludvika XIV., ko so uvedli položaj "marechal General des Logis". S pojmom logistika so tako poimenovali oskrbo vojaških enot s potrebnimi materialnimi sredstvi ter transport in premeščanje vojaških enot, opreme in oborožitve z enega na drugi bojni položaj (Ogorelec, 1996, 1).

To pomeni da je pojem logistika vojaškega izvora. Zajema fizični tok materiala (surovine, polproizvodi, proizvodi, odpadki) ter tok informacij od dobavitelja surovin prek proizvajalca in trgovca do končnega potrošnika gotovih proizvodov, torej premagovanje prostorske spremembe, skladiščenje, ki pomeni premagovanje časa. Logistika torej pomeni premagovanje prostora (kot transport) in časa (Lambert, 1997, 7).

V smislu znanstvene discipline je pojem logistika v začetku XIX. stoletja prvič uporabil švicarski general Baron de Jomini, ko je izdal delo z naslovom Očrt vojne umetnosti. On je logistiko opredelil kot funkcijo razvoja, oskrbe, distribucije in upravljanja z materialnimi sredstvi, s transportom ter kot podporo pri gradbenih posegih na infrastrukturnih objektih.

Delo je postalo obvezna literatura vojaških oficirjev, predvsem ameriških (Oblak, 1987, 22).

Kot rezultat tega je prišla dejavnost logistike predvsem v drugi svetovni vojni. Uspehe armade Združenih držav Amerike je omogočila predvsem zelo dobro organizirana in učinkovita podpora logističnega sistema. Seveda to je po koncu druge svetovne vojne privedlo do zanimanja za logistiko tudi v poslovnih organizacijah in sistemih. To se je predvsem opazalo v industriji, trgovini in storitvah.

Leta 1964 je bila izdana prva knjiga s področja poslovne logistike in je obravnavala predvsem probleme fizične distribucije. Logistika se je najprej uveljavila v Združenih državah Amerike in se je postopoma razširila v vsa ostala razvita gospodarstva.

Sam razmah logistike kot vede, pomembnosti logistike v poslovnih organizacijah in na mednarodnem trgu in iskanju primerne kadra z znanjem na tem področju gre verjetno pripisovati predvsem trem dejavnikom (Perišič, 1990, 6):

- intenzivnem mednarodnem povezovanju,
- tehnološkem razvoju, še posebej na področju transporta, komunikacij in informacijske tehnologije in
- profesionalizaciji upravljanja in ravnanja podjetij ter prenos metod upravljanja in ravnanja izven nacionalnih meja suverenih držav.

Danes je logistika tako razvita, da pojem logistike moramo definirati na dva načina, in sicer:

- logistika kot znanstvena disciplina, ki proučuje in uporablja zakonitosti planiranja, organiziranja, vodenja in kontrole tokov materiala, ljudi, energije in informacij v sistemih,
- logistika kot aktivnost, ki zajema vse dejavnosti, ki so potrebne za kompleksno pripravo in realizacijo prostorske in časovne transformacije dobrin in znanja, vključno z informacijskimi in energetskeimi tokovi. Vse te dejavnosti se skupaj z uporabo človeških potencialov in sredstev dajejo na razpolago tržnim sistemom, tako da vse tržne dobrine v pravem času na pravem mestu, v zahtevani količini, kvaliteti in ceni skupaj s spremljajočimi informacijami, ki se nanašajo na dobrine. Seveda vse skupaj teži k zniževanju stroškov

Na koncu lahko povemo, da je zelo težko potegniti črto med tema dvema definicijama logistike, saj logistika kot znanost postavlja osnovne temelje za logistiko kot aktivnost, dokler logistika kot aktivnost mora biti zasnovana na logistiki kot znanosti

3.2 Opredelevitev logistike

V teoriji in praksi se pojem logistike ne uporablja vedno enotno. Zadnjih trideset let prejšnjega stoletja se pojem logistike uporablja v smislu obravnavanja nakupnih tokov, razvoja transporta, skladiščenja kot tudi fizične blagovne distribucije. Lahko bi glavne pristope pri obravnavanju logistike razvrstili po naslednjih kriterijih (Oblak, 1987, 21):

- glede na dejavnost: transportna logistika, skladiščna logistika, špedicijska logistika, distribucijska logistika, nabavna logistika, trgovinska logistika, intralogistika
- glede na področje delovanja uporabe: industrijska logistika, vojaška logistika, poslovna logistika, marketinška logistika, bolniška logistika, gospodinjska logistika
- glede na področje opazovanja: megalogistika, makrologistika, mikrologistika, metalogistika

Podjetja najbolj zanimajo mikrologistični sistemi. To so sistemi znotraj enega podjetja, za katere je značilno, da so intraorganizacijski in so pravila obnašanja jasna in pravno precizirana. Takšni sistemi zajemajo podsisteme kot so: ekonomska logistika, tehnična logistika, tehnološka logistika, pravna logistika, finančna logistika, kadrovska logistika, menagment logistike, marketing logistike, informacijska logistika, itd.

Potreba po opredelitvi kaj je logistika, kaj so območja njenega delovanja in proučevanja, kateri se v njej odvijajo, je velika. Različni avtorji navajajo različne definicije.

Ogorelc (1979, 134-135) razume logistiko kot: " ... proces upravljanja vseh dejavnosti, ki služijo za premikanje surovin, polproizvodov in gotovih proizvodov (tudi energije, informacij in ljudi) od dobaviteljev do podjetja, nato znotraj podjetja in vse do kupcev oziroma porabnikov".

Perišič (1990, 5) razlaga: " Logistika predstavlja plansko oblikovanje, upravljanje in kontrolo toka dela z namenom uresničitve določenega cilja".

Požar (1976, 67) definira logistiko kot: " Izraz logistika pomeni tok materiala in proizvodov ter informacij od dobavitelja surovin, preko proizvajalca in morebiti trgovca, do končnega potrošnika gotovih proizvodov".

3.3 Cilji logistike

Če pogledamo današnje razmere na trgu lahko opazimo, da je konkurenca vse bolj neizprosna. Prav ta ostra konkurenca na domačih in mednarodnih trgih sili podjetja k inovativnosti. Da bi ostal na trgu moraš poskrbet za zadovoljstvo stalnih kupcev, jim dokazovat da si zaupanja vreden, in hkrati se ozirati na nove trge, širiti območje svojega delovanja. Podjetja morajo biti tržno usmerjena, s tem v vezi morajo biti tržno usmerjeni vsi njihovi poslovni sistemi kamor štejemo tudi logistiko. Da bi logistika bila tržno usmerjena mora biti izpolnjenih nekaj osnovnih pogojev:

- morajo poznati trg na katerem delujejo,
- narediti takšen servis postrežbe kupcev da je učinkovit,
- ponuditi pravo količino blaga po primernih cenah, primernem mestu in ob pravem času,
- nastavitev cen pri katerih se prodaja maksimizira,
- zadovoljiti kupce z uvedbo poprodajnih storitev.

Po tem ugotavljamo, da je glavni cilj logističnega sistema, da nastavi smernice svojega delovanja za zadovoljevanje kupcev. Ko postavimo natančne cilje lahko na koncu ocenjujemo rezultate delovanja samega sistema. Če nam je znano kaj je logistika sama, oziroma čemu logističen sistem stremi, je ta cilj lažje določiti.

Cilj logističnega sistema je optimalno preskrbovanje proizvodnje s potrebnim materialom in energijo ter optimalna oskrba porabnikov s proizvodi v želeni količini, kakovosti in v pravem trenutku. Torej gre za doseganje optimalne ravni preskrbovalnega in dobavnega servisa (Ogorelc, 1996, 23).

3.4 Logistični podsistemi

Avtorji različno delijo logistični sistem na podsisteme. Najbolj se je uveljavila razmejitev logističnega sistema na podsisteme:

- nabavna logistika
- notranja logistika
- distribucijska logistika
- poprodajna logistika

4 NABAVNA LOGISTIKA

Dolgo časa je nabavna logistika bila zapostavljena, kakor ugotavljajo mnogi ekonomisti. Šele ob prehodu na tržno gospodarstvo so podjetja uvidela, da se lahko od boljši organiziranosti v logistiki pride do prepotrebne razlike med zaslužkom in porabo in s tem do obstanka podjetja v vse večji konkurenci na trgu.

Pri tem je nabavna logistika dobila posebno mesto v logističnih procesih, saj je v njej bilo največ rezerv.

Oblak (1997, 42) definira: " Nabavna logistika skrbi kot podsistem mikrologistike poslovnega sistema za njegovo oskrbo s prostorsko-časovno določenimi dejavnostmi prevzema in dostave potrebnega blaga v dani količini in kakovosti. Z blagom mislimo pri tem na vse potrebne surovine, materiale, polizdelke in izdelke, ki jih poslovni sistem rabi za izvedbo svojega proizvodnega programa. Funkcija nabavne logistike je torej podpirajoča in prežemajoča sestavina za delovanje funkcije nabave, ki je lahko marketinško zasnovana in kot takšna sestavina marketinške politike določenega nelogističnega poslovnega sistema ".

Po Oblaku (1997, 42) se izvedbeni del nabavne logistike prične tedaj, ko nastane pravica naročnika do razpolaganja blaga, pri dobavitelju, ali na določenem delu prevozne poti, v skladu s pariteto prodaje. To pomeni, da se tedaj prične materialni tok nabavljenega blaga od dobavitelja v sprejemno skladišče prejemnika, ali neposredno v proizvodni proces. Sam način dobave je odvisen od treh dejavnikov; v glavnem so to: način naročila, način odprave in pretok informacij. Torej, z vidika samega odnosa med dobaviteljem in odjemalcem sta logistični oskrbni in dobavni servis dve plati iste medalje. Pri tem se gre za zagotovitev fizičnega razpolaganja z blagom na pravem mestu, v pravem času, pravi količini in kakovosti. Poleg tega načina nabave lahko uporabljamo še nabavo blaga na zalogo, tako da je vedno na voljo bodisi za dostavo svojim odjemalcem bodisi kot surovina ali polizdelek, kateri je na razpolago proizvodnji. Pri tem načinu se izognemo težavam glede nihanja ponudbe potrebnega blaga na trgu ali morebitnim težavam pri dobaviteljih. Vendar takšen način nabave prinaša tudi določene težave. Te so večinoma vezane na povečane stroške, ki so vezani na sredstva za plačilo zaloge in skladiščenja blaga. Stroški skladiščenja sestavljajo amortizacija strojev in opreme, materialni stroški vzdrževanja (elektrika, gretje, drobni pisarniški materiali ...), bruto plače delavcev v skladišču in drugi stroški.

Tretji način je v bistvu kombinacija prvih dveh. Bazira na minimalni, varnostni zalogi v skladišču, s čimer se minimalizirajo stroški vezani za skladiščenje in pravočasni dobavi s strani dobaviteljev, tako imenovani *just in time* dobavi. To pa zahteva posebne odnose med dobaviteljem in odjemalcem, ki morajo delovati kot ena enota in se s pravočasno izmenjavo informacij izogibati zastojem v poslovanju.

4.1 Ugotavljanje in opredeljevanje nabavnih potreb

Ugotavljanje in opredeljevanje nabavnih potreb je v našem podjetju plod dolgoletnih izkušenj in rednih analiz prodaje, spremljanje gibanja blaga kot tudi planov v prodajni službi, v odvisnosti od načrtovanih akcij v maloprodajnih (franšiznih) trgovinah kot tudi pri skupnih akcijah pri veleprodajnih strankah (veliki trgovski centri).

Pri tem si v podjetju HP Hobby program d.o.o. močno pomagamo z informacijskim sistemom, pri nastajanju katerega smo sodelovali z našimi željami in predlogi. Opredeljene so minimalne zaloge za pomembne in frekvenčne artikle in sistem sam opozarja, kdaj se je treba odločiti za nabavo. Seveda se pri tem upošteva že omenjeno načrtovanje raznih prodajnih akcij.

4.2 Naročanje pri dobavitelju

Za samo naročanje pri dobaviteljih imamo na izbiro različne načine:

- fax
- pošta
- internet
- elektronsko naročanje (elektronska pošta)
- RIP (računalniška izmenjava podatkov)

Pri izbiri vrste naročanja se odločamo na osnovi vrste dobavitelja, kot tudi načina sodelovanja s dobaviteljem samim. Pri domačem in občasnem dobavitelju uporabljamo pošto ali internet, medtem ko pri stalnem dobavitelju, s katerim imamo posebne poslovne odnose, uporabljamo naročanje po faxu (za manjša, premostitvena naročila) in elektronsko, posebej RIP.

Pri vseh dobaviteljih uporabljamo še obvezno potrjevanje naročil, z obveznim točnim dobavnim časom. To je pomembno zaradi morebitnih zamud pri proizvodnji ali pri načrtovanih akcijah. V izogib sporom pri naročanju in potrjevanju naročil uporabljamo paritete po INCOTERMS 2000.

4.3 Transport

Transport smo organizirali glede na potrebe in količine dobavljenega blaga. Za dostave od dobaviteljev, od katerih nabavljamo kontinuirane dostave in so planirane tako, da so lahko dostavljene samo nam, sodelujemo z enim transportnim podjetjem. Le-to sodeluje pri izdelavi mesečnih naročil, seveda samo v tistem segmentu, ki je vezan na prevoz. Tako si zagotavljamo potrebno prevozno sredstvo vedno, ko ga potrebujemo. V preteklosti smo izbirali prevoznike glede na naše potrebe in na ponudbo na trgu, saj smo pri tem lahko izbirali med najugodnejšim prevoznikom. Vendar so nas izkušnje naučile, da najcenejši ponudnik ni najboljši, saj se je dogajalo, da so tovornjaki obstajali na cesti, v okvari in smo blago dobivali z zamudo. S tem je med ostalim trpel tudi naš ugled pri naših odjemalcih.

Za občasne dostave, ki so prostorsko manj zahtevne, uporabljamo zbirne prevoze v sodelovanju s špediterji, tako da nam zagotavljajo pravočasen dotok blaga.

Vstop Slovenije v EU nam je veliko poenostavil delo v nabavi, saj je prost pretok blaga omogočil transport brez zastojev in v realnem času, saj ni več dolgih čakanj na prehod meje.

Dobavo blaga iz držav, ki niso članice EU, organiziramo v sodelovanju s špediterji, specializiranimi za posamezna geografska območja. Vsako območje ima svoje specifičnosti, zato so napake, do katerih prihaja, predrage in zamudne, da bi odtehtale prihranke zaradi sodelovanja z zunanjimi sodelavci, ki te specifičnosti območij in poslovanja ne poznajo.

4.4 Kontrola kakovosti v lastnem podjetju

Na kontrolo kakovosti v samem podjetju smo dali velik poudarek. Vse pošiljke, ki pridejo v naše skladišče, se količinsko in kakovostno prevzamejo, pregledajo in evidentirajo. Količine,

ki so vnesene v sistem pri izdelavi naročila, se računalniško primerjajo z prejetimi količinami pri prevzemu in se eventualna odstopanja še enkrat preverijo in uskladijo. Na ta način se izogibamo razlikam med računalniškim in dejanskim stanjem zalog in s tem pomagamo nabavi.

V oddelku za predelavo polizdelkov se kontrola vrši na tako na vhodu kot tudi na izhodu (že pripravljenih izdelkov).

Vsi izdelki morajo biti opremljeni z lastno etiketo, na kateri je razvidno poreklo blaga, rok trajanja (če je ta določen in potreben), proizvajalec, EAN koda, teža, količina ... V podjetju vršimo sledenje izdelkov po HACCP protokolu.

Artikli se skladiščijo in izdajajo po principu :

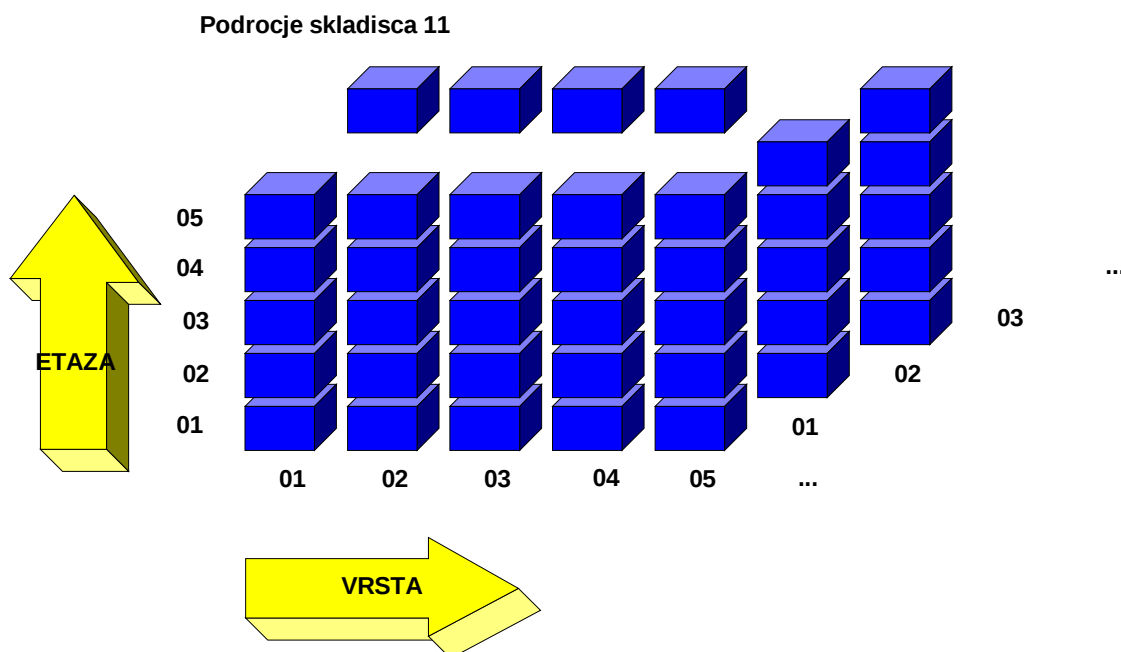
- FIFO (rok trajanja)
- frekventnost (bolj pogosto izdano blago je bližje)
- teža in velikost (težje in večje blago je na paletnih mestih oziroma nižje na polici)

5 NOTRANJA LOGISTIKA

Pod notranjo logistiko zajemamo vse dejavnosti v okviru podjetja, za pretok materiala od dobave do izhoda končnega izdelka. Gre za planiranje, organiziranje, kontrolo vseh aktivnosti in skladiščenja znotraj podjetja v cilju popolne racionalizacije dela in stroškov.

K notranji logistiki štejemo delovno silo, transportna sredstva in transportne poti, skladišča in skladiščenje, pakiranje in etiketiranje, komisioniranje blaga in pripravo blaga za prevoz do kupca.

Za učinkovito delo se glavno, veliko skladišče razdeli na manjša, logično ločena skladišča. Vsako od teh skladišč se razdeli na prehode in police in vsaka polica na odlagalne lokacije. Vsaki lokaciji dodelimo točno številko odlagalnega mesta, tako da se ne podvajajo in se s tem avtomatsko izognemo napakam pri odlaganju blaga, kot tudi iskanju blaga pri pripravi.



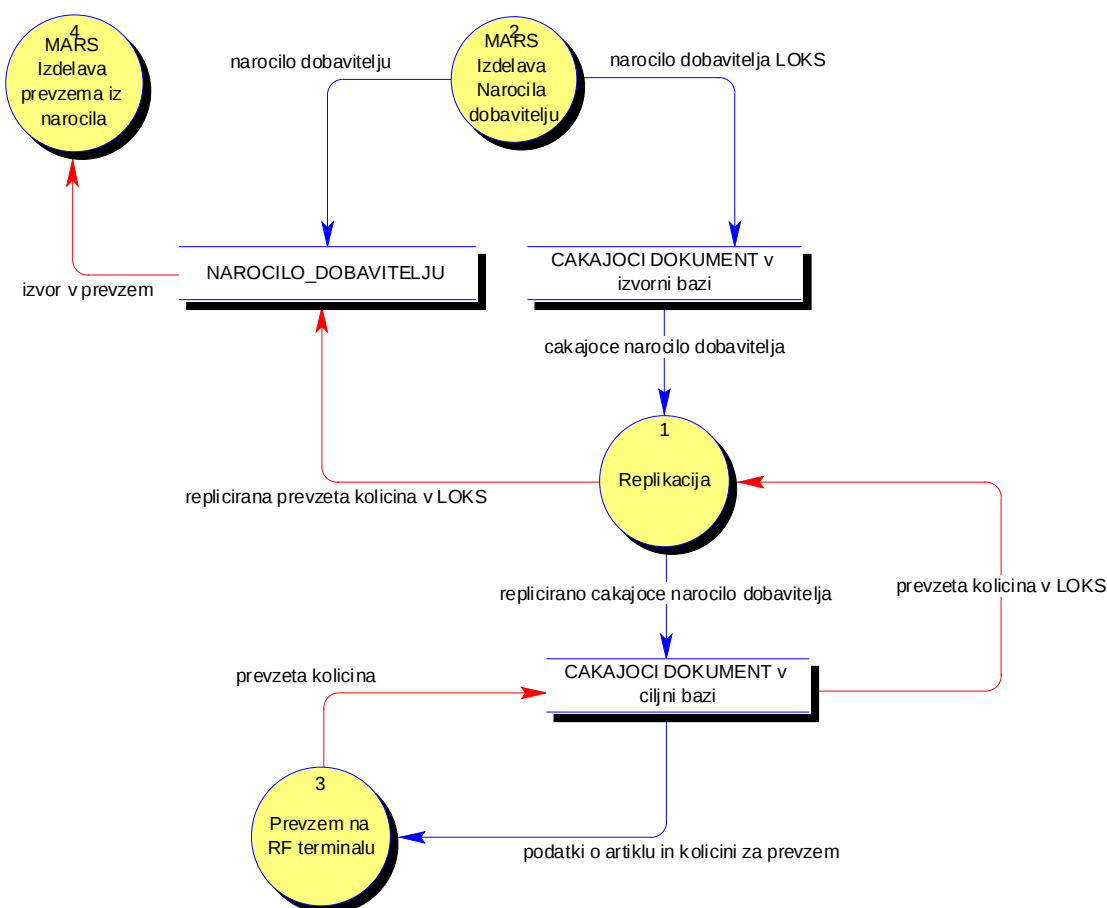
Slika 1: Dodeljevanje lokacij v skladišču

Vir: Interna dokumentacija podjetja MC center za informacijski inženiring, Ljubljana

5.1 Vhod blaga

5.1.1 Prezem blaga

Funkcija notranje logistike se začne s kvalitetnim prevzemom blaga, ki je prišlo v podjetje. Najprej se blago razvrsti glede na to, kakšna je nadaljnja obdelava. Potem se blago uskladišči, pri čemer se mora poleg stroškov skladiščenja in skladišč, upoštevati še cena delovne sile in sredstev vezanih za obrat zaloge. Naprej mora notranja logistika poskrbeti za delovno pripravljenost, notranji transport in skladiščenje med različnimi deli proizvodnje, kakor tudi za transport izdelkov iz proizvodnje v skladišče izdelkov. Izdelki morajo biti tako pripravljeni in pakirani, da jih distribucijska logistika lahko dostavi odjemalcem (Oblak, 1987, 39-40).



Slika 2: Prezem blaga

Vir: Interna dokumentacija podjetja MC center za informacijski inženiring, Ljubljana

Prevzeme delamo na podlagi že narejenih vhodnih dokumentov, oziroma v naprej narejenem prevzemu. Po fizičnem prihodu blaga na skladišče lahko prevzemamo na dva načina. Po prvem načinu prevzamemo celotni dokument. Po drugem načinu prevzema s prenosnim radio frekvenčnim čitalcem črtne kode (RF terminalom) očitamo, oziroma poskeniramo črtno kodo vsakega artikla in nato vnesemo prešteto količino. Kakšen način bomo uporabili, je odvisno od količine prejetega blaga in vrste dobavitelja. Po opravljenem prevzemu je blago na prevzemni lokaciji. Zaradi lažjega dela je prevzemna lokacija razdeljena na več delov, vse v funkciji tega, da je tudi na prevzemni lokaciji blago razdeljeno na skupine. Ena skupina blaga je takoj pripravljena za premik na lokacije za takojšnje izdajanje. Druga skupina gre na čakalne (rezervne) lokacije, zadnja skupina gre v predhodno obdelavo v proizvodnjo na etiketiranje ali prepakiranje.

5.2 Notranji premiki

5.2.1 Uskladiščevanje

Uskladiščevanje je naslednji korak skladiščne logistike. Ko je blago pri samem prevzemu že razdeljeno na tri lokacije, se potem prestavlja po že določenem protokolu. Blago, ki je namenjeno takojšnji uporabi, se uskladišči na lokacije, na katerih se nahaja blago za izdajo (aktivne lokacije). Blago iz druge skupine se uskladiščuje na rezervne lokacije, na katerih se nahaja blago, ki čaka, da se porabi zaloga z aktivnih lokacij. Tretja skupina blaga se uskladišči na lokacijo, kjer se nahaja blago, ki ga je treba predhodno obdelati, prepakirati ali prelepiti z slovenskimi deklaracijami in EAN kodo (proizvodna lokacija). Na proizvodni lokacije se blago nahaja do tega trenutka, ko je pripravljeno za prestavljanje na aktivne lokacije, torej dokler ni pripravljeno za izdajanje.

5.2.2 Preskladiščevanje

Preskladiščevanje je naslednji korak priprave blaga za izdajo. Pod preskladiščevanjem imamo v mislih vse premike v samem skladišču med različnimi odlagalnimi lokacijami, kot tudi premike med različnimi deli skladišča. Preskladiščevanje tudi uporabljamo za združitve istih artiklov, ki se nahajajo na dveh, treh ali več različnih lokacijah. Preskladiščevanje je torej zadnji del priprave pred procesom izdajanja blaga.

5.3 Proces izdajanja blaga

Sam proces izdajanja blaga se začne z pobiranjem naročil s strani komercialne službe.

5.3.1 Pretok podatkov

Ko dobimo naročila od strank, jih vnesemo v program. Po vnosu in zaprtju prejetega naročila se le-ta avtomatsko prenesejo v skupno bazo podatkov. Iz skupne baze podatkov se izločajo po vnaprej nastavljenem kriteriju prioritet. Ker v našem podjetju delamo z več različnimi programi v sklopu poslovne aplikacije, je potrebna kontrola prejetih naročil. Po kontroli v komercialni službi, so prejeta naročila pripravljena za proces izdajanja blaga. Potem se prejeta naročila pošljejo v lokacijsko-skladiščni program, da so na razpolago za pripravo. Vsako prejeto naročilo po končani kontroli dobi svojo številko in EAN kodo.

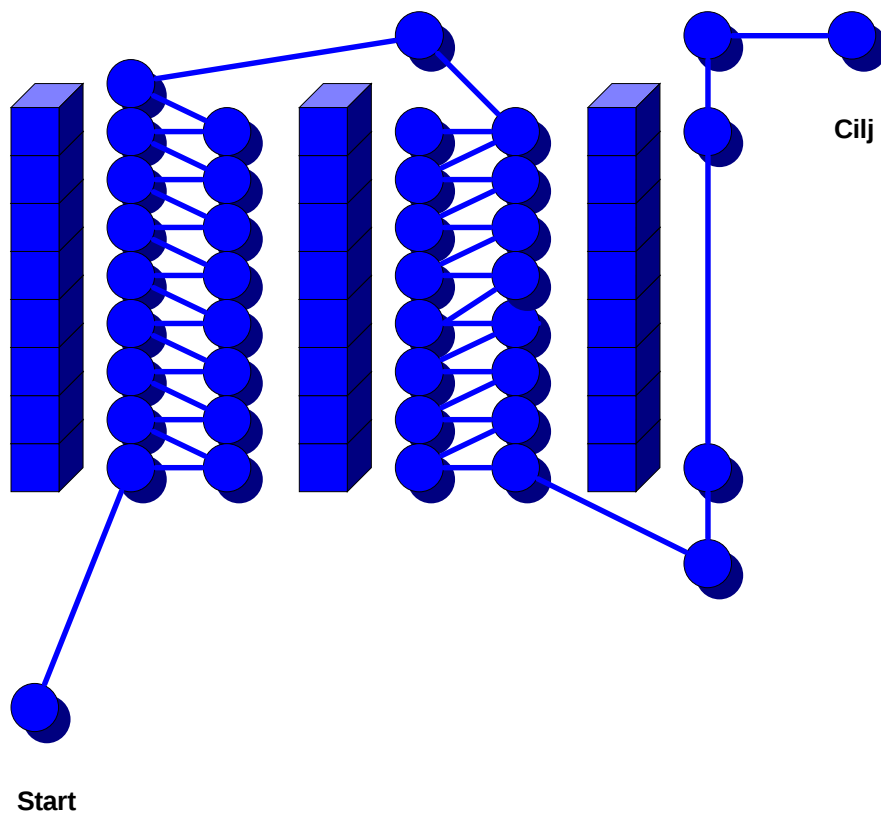
5.3.2 Priprava prevoznic

Po predhodni obdelavi in kontroli imamo vsa prispela naročila v lokacijsko-skladiščnem programu in jih je treba logično razporediti po progah. Pri razporeditvi moramo imeti v vidu geografsko razporeditev kot tudi skupne teže prejetih naročil in po potrebi poslati več prevoznikov v isto smer, če je naročil več, kot so razpoložljive zmožnosti posameznega avta. Razporeditev prejetih naročil se oštevilči oziroma označi po progah in po številki pošiljke, da ne pride do podvajanja oznak na blagu in posledično temu do napak pri prevozu blaga do končnih odjemalcev. Ko je to pripravljeno, prejeta naročila damo v pripravo, oziroma jih pošljemo v strežnik, da jih pripravljavci pošiljk lahko delajo.

5.3.3 Komisioniranje

Komisioniranje predstavljajo vse operacije, ki so potrebne za oblikovanje posameznih pošiljk na podlagi prejetih naročil. Sam sistem komisioniranja je treba planirati, kar pomeni, da je treba oblikovati primerno organiziranje tokov blaga in informacij. Namen planiranja je racionalizacija oblikovanja posameznih pošiljk in zmanjševanje pogostosti napak. Če imamo dobro organizacijo komisioniranja, lahko zmanjšamo čas priprave pošiljk do 50 %. Pri organiziranju komisioniranja pride do izraza delitev skladišča na več con in točnega

označevanja odlagalnih lokacij po principu en artikel ena lokacija. Naslednji kriterij, ki ga je treba upoštevati, se nanaša na postopek komisioniranja; lahko je enostopenjsko ali večstopenjsko. Pri enostopenjskem je pošiljka po končanem komisioniranju gotova in je pripravljena za odpremo. Pri večstopenjskem komisioniranju se ena pošiljka pripravlja v več delih in jo je treba po končani pripravi združiti pred odpremo. Za kateri način se bomo odločili, je odvisno od stranke, za katero pripravljamo pošiljko in od velikosti pošiljke.



Slika 3: Najboljša pot med vrstami

Vir: Interna dokumentacija podjetja MC center za informacijski inženiring, Ljubljana

V vsakem primeru pa mora obstajati v skladišču zelo natančna evidenca o mestu, kjer se nahaja določeno blago.

5.4 Izhod blaga

Ko pripravljavci pošiljk končajo s posameznimi komisijami in pripeljejo blago na lokacijo, na kateri se pošiljka pripravlja za nalaganje, pridemo do zaključnega dejanja v skladiščni logistiki.

5.4.1 Kontrola

Kakovostna kontrola pripravljenih pošiljk je zaključni del priprave pošiljk. Delavec, ki dela na odpremi, naredi kontrolo z ročnim čitalcem črtnih kod in preveri izdajo po izpisu pripravljenega blaga. Kolikor je iz izpisa razvidno odstopanje od pripravljenega v plus ali minus, se pristopa še k fizičnemu preverjanju pošiljke. Ko pa se vse ujema, se naredi še pakirna lista, iz katere je razvidno, kje in koliko blaga se nahaja v kateri izmed odhodnih enot, tako da voznik, ki blago dostavlja po označenem listu, točno ve, komu mora kaj dostaviti.

5.4.2 Zaključevanje odpremnice

Po končani kontroli in pripravi pošiljke za odhod se naredijo še končni dokumenti na osnovi pripravljenega komisijona. To je nujno, saj včasih prihaja do odstopanja med naročenim in izdanim naročilom, kar je vezano na eventuelni primanjkljaj blaga na zalogi. To je lahko posledica nepravočasne dostave blaga s strani dobavitelja ali pa povečanih naročil odjemalcev. Po zaključevanju odpremnice v skladiščno lokacijskem programu, se le ta avtomatsko prenese v komercialni program, v katerem se naredi končni dokument za stranko. Predvideni so različni izpisi za posamezne stranke, saj imajo odjemalci različne pogoje.

5.4.3 Izdelava prog

Po končani pripravi pošiljk in izpisu končnih dokumentov se naredi še prog za razvoz pošiljk, pri kateri se določi točen prevoznik za naslednji dan. Pri tem moramo obvezno upoštevati dejavnike, ki so vezani za geografsko razporeditev odjemalcev kot tudi na skupne teže pripravljenih pošiljk. Prevoznik dobi natančno izpisani prevozni list, na katerem so razvidni naslovi prejemnikov, teža posameznega komisijona. Na tem listu si označi natančen plan razvoza pošiljk, na osnovi posebnih zahtev strank o času dostav.

Po označenem prevoznem listu se komisiji nalagajo na vozilo in s tem sklenemo krog skladiščne logistike od sprejema blaga na skladišče, prevzema, potrebne obdelave blaga, uskladiščenja, priprave komisij in odhoda blaga do končnim odjemalcev.

Gupta Report Builder - s:\acentura\Reports\LOKS\birna\Prevoznica\Prevoznica.grp

File View Print

Datum izpisa 20.01.2006

Prevoznica

Prevoznica: 0 Datum prevoznice: 20.01.2006
 Proga: maribor
 Datum proge: 23.01.2006
 Referent: VILI ANDERS

Prevoznik: 006583 TUKANO d.o.o.
 Voznik: BORIS KOP

Zap.nak.	Dokumnet	Dat. dok.	Klijent	Prejemnik	Bruto teža	Neto teža
	Prejemnik		naslov - kraj			
1	611300491	20.01.06	TUKANO MARIBOR		0,00	0,00
2	611300492	20.01.06	TUKANO MARIBOR		0,00	0,00
3	611300493	20.01.06	TUKANO MARIBOR		0,00	0,00
4	611300494	20.01.06	TUKANO MARIBOR		0,00	0,00
5	611300495	20.01.06	TUKANO MARIBOR		0,00	0,00
6	611300496	20.01.06	TUKANO MARIBOR		0,00	0,00
7	611300497	20.01.06	TUKANO MARIBOR		0,00	0,00
8	611300498	20.01.06	TUKANO MARIBOR		0,00	0,00
9	614100887	17.01.06	SPAR SLOVENIJA D.O.O.	SPAR SLOVENIJA d.o.o. IM 104 Maribor	1.040,00	1.000,00
10	614101112	19.01.06	MERCATOR - SVS, d.d.	799836 MERCATOR SVS d.d. SUPERMARKET HOCE	33,00	30,00
11	614101136	19.01.06	MERCATOR - SVS, d.d.	MERCATOR SVS d.d. MARIBOR	137,52	130,21
12	614101137	19.01.06	MERCATOR - SVS, d.d.	MERCATOR SVS d.d. BLAGOVNICA-SPECERIJA	2,15	1,90
13	614101138	19.01.06	JAGROS D.O.O.	JAGER d.o.o. SUPERMARKET SP.DUPLEK	109,25	104,50
14	614101139	19.01.06	JAGROS D.O.O.	JAGER d.o.o. CENTER MELJE	0,00	0,00
15	614101157	20.01.06	BAUMAX d.o.o., Ljubljana	BAUMAX-X d.o.o. PE MARIBOR	0,00	0,00
16	614101158	20.01.06	IZBOR TRGOVSKO PODJ	IZBOR D.O.O.	0,00	0,00
17	614101159	20.01.06	JAGROS D.O.O.	JAGER d.o.o. SUPERMARKET SP.DUPLEK	0,00	0,00
18	614101160	20.01.06	JAGROS D.O.O.	JAGER d.o.o. CENTER MELJE	0,00	0,00
Skupaj:					1.321,92	1.266,61

Odhod na teren:
 Napaka na terenu:
 Vračila s terena:
 Odhod domov:
 Podpis prevz. skl. ali skl. 1:

Cestnina:
 Gorivo:
 Prevoženi km.:
 Ostalo:

Slika 4: Primer izdelane prevoznice

Vir: LOKS-del informacijskega programa podjetja HP Hobby program d.o.o.

6 DISTRIBUCIJSKA LOGISTIKA

Distribucijska logistika obravnava tok gotovih proizvodov od proizvajalca do odjemalca, oziroma od prodajalca do končnega uporabnika, tako da proizvod pride v roke uporabnika v zahtevani količini in kakovosti, ob pravem času, na pravem kraju, nepoškodovan in, seveda ob optimalnih stroških. V okvir distribucijske logistike spada skladiščenje gotovih izdelkov, oziroma artiklov za nadaljnjo prodajo, potrebna manipulacijska dela, zunanji transport in s tem povezana administrativna dela.

V našem podjetju distribucijska logistika skrbi za izročitev blaga do naših odjemalcev v zahtevani količini in kakovosti, v določenem času in na določenem kraju, tako kot je to določeno v prodajni pogodbi.

Lahko gre za enkratne, občasne ali pa kontinuirane dostave blaga. Pri tem moramo upoštevati in se prilagajati parametrom, kot so dobavni čas, dobavna pripravljenost in dobavna zanesljivost. S temi parametri se mi kot ponudnik prilagodimo zahtevam kupcev in se s tem poskušamo ustvarjati prednost pred ostalimi ponudniki na trgu.

Na učinkovitost distribucijske logistike vplivajo različni subjektivni in objektivni dejavniki. Na dostavni čas vpliva tako čas, v katerem prispe naročilo od kupca po proizvajalca, čas obdelave naročila in izbira naročenega blaga v skladišču, čas oblikovanja pošiljk in njihovega nakladanja na transportno sredstvo, kot tudi čas transportiranja blaga do kupca. Na sam transportni čas pa vpliva izbira prometnih poti in sredstev ter razvitost prometne infrastrukture in ostalo (Oblak, 1987, 41).

Da bi uspeli zagotoviti kupcu oziroma odjemalcu kontinuirano dostavo, moramo zagotoviti kontinuiteto zaloge našega blaga. To lahko naredimo na več načinov: dostave just in time, nabave na zalogo ali pa kombinacijo obeh.

V našem podjetju smo se odločili za kombinacijo obeh načinov. Podjetje ima zaradi zaloge določene stopnje negotovosti oz. tveganja. Ta negotovost se lahko pojavlja zaradi različnih notranjih in zunanjih vzrokov. Med notranje bi lahko šteli predvsem neracionalne in neučinkovite odločitve v zvezi z vložki v sistem distribucije in njihovimi učinki. Med zunanje vzroke za pojav negotovosti prištevamo predvsem zahteve in reakcije kupcev, obnašanje konkurentov, odločitve, ki so v rokah države in družbe ter vpliv drugih organizacij.

Učinke sistema distribucijske logistike opredeljujemo s cilji sistema. Temeljni cilj distribucijske logistike je dobaviti proizvode kupcem v zahtevani količini, zahtevani kakovosti in ob pravem času. V tej zvezi govorimo o nivoju postrežbe kupcev ali dobavnega

servisa. Na nivo postrežbe kupcev vplivajo predvsem naslednji dejavniki: dobavni čas, dobavna zanesljivost, dobavna kakovost in informacijski sistem.

Zaradi potrebe po gospodarnosti distribucije poslovnega sistema je naloga distribucijske logistike poiskati in uvesti takšne vzajemne odnose med stroški proizvodnje in pakiranja na eni strani in stroški distribucijske logistike na drugi strani, da so odprte možnosti organiziranja za njihovo skupno optimiranje, ne samo v okviru poslovnega sistema, temveč tudi na njegovi medorganizacijski ravni. Drugi vidik, ki je seveda enako pomemben, kot so nizki logistični stroški, je logistični servis, ki je potreben za logistične storitve pri distribuciji določenega blaga in njegovem dobavnem sistemu (Oblak, 1987, 41).

6.1 Elementi distribucijske logistike

Elementi distribucijske logistike zajemajo (Oblak, 1987, 41-42):

- načrtovanje skladišč, skladiščenje, transport, pakiranje in potekanje naročil;
- informacije iz sistemov, ki so potrebni za dosego cilja;
- krmilne dejavnosti, ki krmilijo in uravnavajo sistem po načelu povratne zveze.

6.1.1 Načrtovanje

Pod načrtovanjem skladišč, skladiščenjem, transportom, pakiranjem in potekanjem naročil moramo upoštevati vse elemente v cilju optimizacije stroškov, ki so vezani za čim bolj natančno in vestno dostavo zahtevanega blaga, točno določene kakovosti, ob pogodbeno določenem času.

V našem podjetju smo upoštevali naš ciljni trg, bližino prometnic in možnosti pravočasne dostave in količino obračajočega blaga pri izbiri lokacije in velikosti skladišča.

6.1.2 Informacije

Pri izdelovanju informacijskega sistema smo v sodelovanju z znanim informacijskim podjetjem razvili zmogljiv sistem, ki je zmožen zagotoviti zadostno podporo za zadovoljevanje potreb naših odjemalcev, naših zunanjih sodelavcev kot tudi prožnost samega sistema na vedno nove izzive in nove zahteve naših odjemalcev. Pri tem se trudimo narediti korak naprej pred konkurenco in ga, seveda, obdržati.

6.1.3 Krmilne dejavnosti

V našem podjetju imamo princip obravnave vseh dejavnosti po vnaprej narejenih protokolih. Ker pa se zahteve in okoliščine na trgu spreminjajo, s svojimi aktivnostmi zagotavljamo potrebno prožnost in dopolnitve samih protokolov, v okviru česa popravljamo ugotovljene napake in jih tudi dopolnjujemo v skladu z zahtevami naših odjemalcev.

6.2 Potek pobiranja naročil

V našem podjetju ponujamo kupcem možnost kontinuirane dostave, občasnih kot tudi enkratnih dostav. Glede na te potrebe smo razdelili trg na več elementov in jim prilagodili način naročanja blaga.

Naše odjemalce smo razdelili na maloprodajne, veleprodajne in tuje odjemalce.

6.2.1 Naročanje maloprodaj

V okviru sistema oskrbovanja našim maloprodajnih odjemalcev smo izbrali način naročil po minimalni zalogi. Torej naročila se delajo s pomočjo programa, v katerem so nastavljene minimalne zaloge za določene artikole in se s pomočjo replikacij naročilo avtomatsko posreduje v nadaljnjo obdelavo.

6.2.1 Naročanje veleprodajnih strank

Pri sprejemanju naročil veleprodajnih strank se poslužujemo več različnih elementov. Imamo razvejan sistem pobiranja naročil s pomočjo naših pospeševalcev prodaje. Za določene sisteme smo uvedli, v sodelovanju z njihovimi naročniškimi oddelki, povezan sistem računalniške izmenjave podatkov – RIP. Torej, poslovodje v sistemih, kot so Spar in Mercator, po pogodbi o artiklih, ki so uvrščeni v njihov prodajni asortiman oziroma, ki so na listi za naročanje, pošiljajo naročila direktno v naš program. Po določeni obdelavi gredo ta naročila v pripravo in se dostavljajo po vnaprej dogovorjenih progah. Za ostale stranke, kot so manjše specializirane trgovine, uporabljamo kombinirano naročanje, od obiska pospeševalcev prodaje do oddajanja naročil s pomočjo faxes, telefona ali elektronske pošte. Trend razvoja in zahteve odjemalcev nam narekuje vse večjo uporabo sodobnih sistemov, kot so različne

verzije RIP-op, vendar zaradi stika s strankami še vedno uporabljamo naše pospeševalce prodaje, kajti oni lahko predstavijo nove programe, kot tudi prepričajo stranke za pospeševanje prodaje določenih artiklov.

Naročilo kupca 13 zapisov; Obr.: 0

Vrsta izvora = ? ☐ odprta naročila

IN Status naročila = 00 ? ☐ išči dobavnice

IN Datum naročila = ?

VP	Naročilo	Datum	Klient	Naziv klienta	Status	Izpis	Prejemnik	Naziv p
11C	714100689	14.01.2007	014002	HP HOBBY PROGRAM d.o.o. RE	00	0		
10Z	714101413	26.01.2007	003727	MERCATOR D.D. LJUBLJANA	00	1	273	34 9876 MERCA
10Z	714101705	01.02.2007	013980	HP HOBBY PROGRAM d.o.o. RA	00	1		
11C	714101757	02.02.2007	003245	SPAR SLOVENIJA D.O.O.	00	12	026	SPAR SLOVENI
10Z	714103323	08.03.2007	006583	HP HOBBY PROGRAM d.o.o.	00	0		
10Z	714103501	13.03.2007	011139	MIRKO SAVANDIČ S.P.	00	0	901	MIRKO SAVANC
10Z	714106751	23.05.2007	013426	Prodajalna malih živali ZOO MARI	00	2	003	MATJAŽ GRILEI
10Z	714110450	17.08.2007	003727	MERCATOR D.D. LJUBLJANA	00	2	273	34 9876 MERCA
10Z	714110485	20.08.2007	015894	GAMBIT TRADE d.o.o.	00	1	001	GAMBIT TRADE
10Z	714110581	21.08.2007	011399	AMAZONA, AKVARISTIKA, KRANJ	00	2	003	AMAZONA, AKVA
10Z	714110758	23.08.2007	011684	HOBİ D.O.O. AJDOVŠČINA	00	1	901	HOBİ D.O.O. TR
10Z	714110771	23.08.2007	004822	TTS KOČEVSKI MEDVED D.O.O	00	4	002	TTS KOČEVSKI
19C	714110789	23.08.2007	001599	A.Ziarko	00	0		

Slika 5: Prispela naročila v programu pred obdelavo

Vir: MARS-del informacijskega programa podjetja HP Hobby program d.o.o.

6.2.3 Naročanje tujih odjemalcev (EU trg in ostali)

Tretji segment naših odjemalcev so stranke v tujini. Pri vstopu Slovenije v EU so se možnosti prodaje na trge zunaj naših mej povečale. Naše podjetje in sama znamka je prepoznavna v državah nekdanje skupne države, saj smo tam prisotni prek naših hčerinskih podjetij, tako da smo to izkoristili za preboj v njihove sosednje države. Bili smo prisotni tudi na specializiranih sejmi in smo začeli poslovati tudi v nekaj državah EU. Zaradi tega smo tudi te stranke razdelili na dva dela; na tiste iz EU oziroma, ki so povezane z ozemljem EU in tiste, ki so zunaj skupnih meja, oziroma do katerih se prihaja prek zunanega ozemlja – konkretno je to Grčija. Tudi naročanje odjemalcev v tujini poteka v kombinaciji pospeševalcev prodaje in oddaje naročil po elektronski poti. Naročila prihajajo enkrat mesečno, razporejena po tednih in se periodično dostavljajo.

6.3 Dostava do odjemalcev

Dostavo smo razdelili na tri dela:

- dostavo na notranjem trgu,
- dostavo za zunanji trg,
- dostavo prek servisov za hitro pošto.

Pri tem se upošteva geografska lega, število strank kot tudi velikost naročil.

6.3.1 Dostava na notranjem trgu

Na notranjem trgu vršimo dostavo po vnaprej dogovorjenih progah. Pri tem se upošteva geografska lega, število strank in tudi velikost naročil. Za dostavo na notranjem trgu smo izbrali kombinacijo outsourcinga, lastnega prevoza in servisov za dostavo hitre pošte. Izbrali smo dva zunanja prevoznika, s katerimi smo sklenili pogodbe o prevozu do naših strank. Ker se zavedamo pomena prepoznavnosti podjetja prek stika odjemalcev z našimi prevozniki, smo se dogovorili z zunanjimi prevozniki, da ob sklenitvi pogodbe prevzamejo tudi voznike, ki so do takrat bili zaposleni pri nas. S tem smo ohranili prepoznavnost podjetja, kot tudi preprečili možne napake ob prevzemu novega načina prevoza.

V samem notranjem trgu se moramo prilagajati značilnostim strank. Tudi moramo paziti na značilno lego določenih trgovin kot tudi njihov pomen v svojem okraju.

Kombinirali smo skupno dostavo za veleprodajne in maloprodajne stranke, ker se v preteklosti ni obnesla ločena dostava.

Pri tem smo uspeli uglasiti posebne zahteve določenih strank o dostavah oziroma ne-dostavah na določene dneve v tednu, kot tudi velikosti naročil naših maloprodajnih trgovin. Večja območja vozimo do trikrat na teden, manjša na vsaka dva tedna.

LOKS - Lokacijsko upravljanje skladišč - [Izbira prevoznice]

Akcije Uredi Štampa Vpogledi Nastavitve LOKS. Dokumenti Pregledi LOKS. Orodja Odklo Pomoč

Prevoznica: 517501169 Prevoznik: 015477

Datum: 02.11.2005 JOŽE PIVEC S.P. PREVOZNIŠTVO JOCO

Proga: 2 maribor Voznik: 04209

Datum proge: 02.11.2005 STANKO GUNGL

Referent: 122 VILI ANDERS Reg. šte.: ?

Opomba: dvig tuč na padavinski

Prevoznica Prevoznica dodatno

#	Zap. nakl.	Dokument	Datum dok.	Klijent	Klijent naziv	Prejemnik	Prejemnik naziv	Prejemnik naslov	Prejemnik kraj	Pty
1	514115533	31.10.2005	005948	MERCATOR - SVS, d.d.	040	MERCATOR SVS d.d. KLAS d.d. P	GASILSKA 2	SELNICA OB DRAVI	2	
2	514115534	31.10.2005	015130	ROMET D.O.O.	001	ROMET D.O.O.	MARIBORSKA 1	SELNICA OB DRAVI	2	
3	514115535	31.10.2005	005948	MERCATOR - SVS, d.d.	030	MERCATOR SVS d.d. market BRE	CESTA NA GAJ 2	KAMNICA-BREŠTERNICA	2	
4	514115536	31.10.2005	006904	MARKET KLAŠEK d.o.o.	004	PE DRAVSKE TERASE	KOROŠKA CESTA B.Š.	Maribor	2	
5	514115537	31.10.2005	010161	ENGROTUŠ, D.O.O.	771	ENGROTUŠ 7069/I BRATANIC	VRBANSKA 109	KAMNICA	2	
6	514115538	31.10.2005	005948	MERCATOR - SVS, d.d.	028	MERCATOR SVS d.d. KLAS d.d. P	MEDVEDOVA 1	MARIBOR	2	
7	514115539	31.10.2005	006904	MARKET KLAŠEK d.o.o.	007	PE BISTRICA OB DRAVI	BISTRICA OB DRAVI	BISTRICA OB DRAVI	2	
8	514115540	31.10.2005	005948	MERCATOR - SVS, d.d.	060	MERCATOR SVS d.d. SP RUŠE	FALSKA 2	RUŠE	2	
9	514115562	02.11.2005	015449	MINI MARKET VESNA-Trgovina ne	001	MINI MARKET VESNA	SELNICA 40/A	RUŠE	2	
10	514115560	02.11.2005	015130	ROMET D.O.O.	001	ROMET D.O.O.	MARIBORSKA 1	SELNICA OB DRAVI	2	
11	514115567	02.11.2005	003245	SPAR SLOVENIJA D.O.O.	053	SPAR SLOVENIJA d.o.o. II HM 44	ZOLGARJEVA ULICA 14	SLOVENSKA BISTRICA	2	
12	514115572	02.11.2005	003245	SPAR SLOVENIJA D.O.O.	012	SPAR SLOVENIJA d.o.o. IM 102 C	MARIBORSKA 100	CELJE	2	
13	514115580	02.11.2005	010161	ENGROTUŠ, D.O.O.	022	ENGROTUŠ HIPERMARKET PLA	MARIBORSKA 128	Celje	2	

Zapri Storno Zapi

Tiskanje NUP

Slika 6: Primer prevoznice v izdelavi

Vir: LOKS-del informacijskega programa podjetja HP Hobby program d.o.o.

Prevoznica: 717500861 Datum prevoznice: 28.08.2007
 Proga: ptuj-okolica
 Datum proge: 29.08.2007
 Referent: SLAVICA MURŠEC
 Opomba: dvig perutnine
 Prevoznik: 006583 HP HOBBY PROGRAM d.o.o.
 Voznik: DEJAN ŠTUMPERGER

Zap.nak.	Dokument	Dat.dok.	Klijent	Prejemnik	Bruto teža	Neto teža
	Prejemnik naslov - kraj					
1	711305682	28.08.07	TUKANO PTUJ		125,08	122,06
2	711305683	28.08.07	TUKANO PTUJ		114,86	109,74
3	714110886	27.08.07	SPAR SLOVENIJA D.O.O.	SPAR SLOVENIJA d.o.o. SM 08 PTUJ	114,54	111,20
4	714110887	27.08.07	SPAR SLOVENIJA D.O.O.	SPAR SLOVENIJA d.o.o. IM 110 PTUJ	310,75	300,29
5	714110888	27.08.07	SPAR SLOVENIJA D.O.O.	SPAR SLOVENIJA d.o.o. HM 59 ORMOŽ	90,30	87,00
6	714110909	27.08.07	MERCATOR D.D., LJUBLJA	34 9871 MERCATOR D.D. TEHNIKA PTUJ	29,25	27,47
7	714110910	27.08.07	AGROTRG ORMOŽ D.O.O.	AGROTRG ORMOŽ D.O.O. PE AGRAR ORMOŽ	55,96	53,98
8	714110911	27.08.07	JAGROS D.O.O.	JAGER d.o.o. SUPERMARKET STARŠE	171,10	162,30
9	714110912	27.08.07	MERCATOR D.D., LJUBLJA	MERCATOR D.D. SUPERMARKET ORMOŽ (svs)	86,91	82,04
10	714110913	27.08.07	MERCATOR D.D., LJUBLJA	MERCATOR D.D. SUPERMARKET PTUJ (svs)	49,20	45,95
	ŠPINIČI FR. IFAVA 3 - PTILJI					

#

Slika 7: Izdelana prevoznica

Vir: LOKS-del informacijskega programa podjetja HP Hobby program d.o.o.

6.3.2 Dostava za zunanji trg

Na zunanjem trgu, ki je razdeljen na dva dela – EU in države zunaj EU – moramo biti pozorni na pogoje same dostave. Če blago dostavljamo zunaj EU, uporabljamo špediterska podjetja, ki so specializirana za izbrano območje, saj se temu izogibamo nevšečnostim nenehnih sprememb na teh tranzicijskih trgih. Dostave na ozemlje EU potekajo v sodelovanju z drugimi špediterskimi podjetji, ki so prisotna na tem trgu. Blago se dostavlja kontinuirano, enkrat mesečno.

6.3.3 Uporaba servisov za hitro dostavo

Pri določenih strankah zaradi njihovih zahtev in zaradi ohranjanja našega slovesa moramo vključevati tudi servise za hitro dostavo, saj prihaja tudi do izrednih naročil, ki izpadejo iz že vpeljanega načina dostav. Pri tem smo razvili sodelovanje z dvema servisoma, tako da imamo vedno na razpolago vsaj enega za hitro dostavo.

7 POPRODAJNA LOGISTIKA

Poprodajna logistika zajema vse aktivnosti, ki se dogajajo po dostavi blaga do odjemalcev. Pri proizvodnji, pakiranju, prodaji, transportu, različnih akcijah nastanejo odpadki, ostanejo različna pomožna transportna sredstva, kot so palete, folije za ovijanje, neprodani artikli, okvarjeni tehnični izdelki, ki so pod garancijo ...

Prav ta veja logistike pomaga podjetju pri ohranjanju in zvestobi odjemalcev, saj ko kupcu ponujamo kvaliteto podporo tudi po tem, ko mu prodamo artikle, mu s tem priznamo, da je pomemben, da ni tu samo zaradi tega, da z njim služimo.

Poprodajna logistika je, finančno gledano in na kratek rok, *samo strošek*, saj ne prinaša zasluga, vsaj takega ne, kot ga lahko prikažemo na grafih ali v finančnih poročilih na koncu določenih časovnih obdobj. Vendar dolgoročno veže stranke na nas, saj jim pomagamo pri odvozu odpadkov, ki nastanejo zaradi nas, in jih delno razbremenimo pri reševanju njihovih poprodajnih aktivnosti.

Logožar (1999, 47) se razdelitev nalog razbremenilne logistike, kot sestavnemu delu poprodajne logistike, opira na aktivnosti tradicionalnih logističnih procesov, kot so nabava, proizvodnja in distribucija. Pri razbremenilni logistiki tudi ločimo transportne procese, procese skladiščenja, tok informacij, tako kot tudi obdelavo naročil. Edino kaj pri razbremenilni logistiki ugotovimo kot novo nalogo, je zbiranje, sortiranje in odvoz odpadkov.

7.1 Načrtovanje in demontaža stare opreme pri kupcih

Zaradi določene specifikke prodajnih artiklov in blaga, ki ga ponujamo v prodajo, kot so žive živali, pomagamo strankam pri načrtovanju in postavitvah polic, akvarijev in boksov za živali. Občasno pa prihaja do sprememb prodajnih prostorov ali opustitve določenih delov prodajnih asortimanov in takrat strankam ponujamo pomoč pri demontaži in odvozu uporabljenih polic, ali opreme.

Stranke se lahko vedno obrnejo na nas, če potrebujejo kakšen nasvet, pomoč ali tehnično podporo. Na ta način smo dobili ali obdržali marsikatero stranko, saj se glede tega razlikujemo od konkurence.

7.2 Pobiranje, transport in manipulacija vračil

Pri vračilih upoštevamo planiranje pobiranja vračil poškodovanega blaga, pomožnih prevoznih sredstev (EURO palete, navadne lesene palete, prevozni blagovni vozički), odpadkov po principu, da to vse pobereмо takrat, ko dostavljamo novo blago pri stranki. Po dogovoru s strankami se morajo za vsako pobiranje vračil predhodno dogovoriti potnik in poslovodja ali lastnik trgovine (odvisno od tega, če so to deli večjih ali manjših trgovskih verig, ali pa manjše specializirane trgovine). To smo uvedli zaradi lažjega planiranja prevoza, prostora na prevoznih sredstvih in seveda zaradi racionalizacije stroškov, kar je ena glavnih nalog logističnega sistema.

Pri določenih trgovskih verigah, ko jim dostavljamo blago v njihova centralna skladišča, imamo sistem evidentiranja stanja EURO palet, ki se usklajujejo enkrat mesečno in njihovo pobiranje planiramo skupaj z naročili za dvige blaga pri naših dobaviteljih. Tako se izognemo potrebi po večjih skladiščnih prostorih, saj za skladiščenje večjih količin EURO palet potrebujemo tudi večji prostor.

Pobiranje poškodovanega blaga vodimo enako kot pobiranje transportne embalaže. Razlika je edino v tem, če pobiramo poškodovano blago, blago, ki je ostalo od akcij ali pa reklamacije tehničnega blaga. Blago kot ostanke akcij se pobira ločeno od poškodovanega blaga in reklamacij, saj artikli od ostanka akcij gredo nazaj na police oziroma odlagalna mesta, ki so namenjena nadaljnji prodaji in se prevzemajo po enakem principu kot blago, ki pride od dobaviteljev.

Poškodovano blago se odlaga na posebna odlagalna mesta, kjer se pregleda in fizično loči po potrebi po nadaljnjem postopku. Če je blago za odpis, se evidentira in odloži za odvoz odpadkov, če je poškodovana embalaža, se prestavi do proizvodnje, kje se prepakira, oziroma pripravi za nadaljnjo prodajo.

Reklamacije tehničnega blaga se obdelujejo posebej, tako kot se zbirajo na posebnem mestu. Glede na vrsto reklamacije in odvisno od tega, če je to garancijska reklamacija ali ne, se preda v nadaljni postopek.

Garancijske reklamacije rešujemo v sodelovanju z našimi dobavitelji, saj so to načeloma stvari, za katere naš dobavitelj ponuja garancijske roke in jih tudi sam rešuje. Za dobro sodelovanje s strankami mi ponujamo zamenjavo artiklov z naše zaloge, seveda po predhodnem pregledu, saj tudi mi dobimo nove artikle po vračilu poškodovanega blaga dobavitelju.

Zaradi zmanjševanja stroškov in prilagajanja strankam smo uvedli princip, da se določene reklamacije rešujejo v naših franšiznih trgovinah, ki so regijsko razporejene po celi Sloveniji in naš transport do njih poteka najpogosteje.

7.3 Odstranjevanje odpadkov

Odpadke zbiramo ločeno zaradi skrbi za okolje in jih tudi ločeno odpeljejo na odlagališča. Pri odvozu sodelujemo z lokalnimi podjetji, ki se ukvarjajo z odvozom odpadkov.

Poročila o ravnanju z odpadki nam po naročilu opravlja pooblaščenec (PVO) SLOPAK, družba za ravnanje z odpadno embalažo d.o.o.

8 ANKETA MED GROSISTIČNIMI KUPCI

Anketo o zadovoljstvu kupcev smo naredili zaradi pridobivanja povratnih informacij o našem logističnem sistemu. Te informacije bomo obdelali, naredili analizo, jih prikazali na grafih in si s pridobljenimi podatki pomagali pri predlogih za izboljšave.

8.1 Izdelava ankete

Anketa je sestavljena iz desetih vprašanj. Prvih 6 vprašanj se nanaša na zadovoljstvo grosističnih kupcev v zvezi z delom potnikov, dogovorjenim dostavnim časom, pravočasno dostavo blaga s strani prevoznikov, kakovostjo priprave blaga, reševanjem reklamacij, odvozom poškodovanega ali neprodanega blaga. Naslednja tri vprašanja so vezana na število mesečnih naročil, način oddajanja naročil in čas dostave blaga. Zadnje, 10. vprašanje, je zgolj demografski podatek, kje se kupec nahaja, da bi imel vpogled v dejansko stanje po regijah. Vzorec je 100 anketirancev. Naključno smo izbrali po 20 anketirancev na petih različnih progah - regijah dostave, da bi s tem dobili bolj natančne povratne informacije.

Predvideno število anketirancev je 100.

Anketo smo izvedli v tednu dni, s pomočjo prevoznikov in na način, da sem osebno bil zraven pri prevozu in v času razklada blaga prosil poslovodjo trgovine ali njegovega namestnika, da izpolni anketo.

Izpolnjenih anketnih vprašalnikov je bilo 67, torej je naš odziv na anketo 67 % (N = 67).

ANKETNI VPRAŠALNIK

ŠT.	VPRAŠANJE	LESTVICA				
1	Kako ste zadovoljni z delom naših potnikov?*	1	2	3	4	5
2	Kako ste zadovoljni z dogovorjenim dostavnim časom?*	1	2	3	4	5
3	Kako ste zadovoljni s pravočasno dostavo blaga s strani prevoznikov? *	1	2	3	4	5
4	Kako ste zadovoljni s kakovostjo priprave blaga?*	1	2	3	4	5
5	Kako ste zadovoljni z reševanjem reklamacij?*	1	2	3	4	5
6	Kako ste zadovoljni pri odvozu poškodovanega ali neprodanega blaga?*	1	2	3	4	5
7	Mesečno število naročil					
	1 - eno naročilo 2 – dve naročili 3 – tri naročila 4 – štiri naročila 5 – pet ali več naročil					
8	Način oddaje naročil					
	1 – potnik 2 – telefon 3 – fax 4 – elektronska pošta 5 – RIP (računalniška izmenjava podatkov)					
9	Čas dostave blaga					
	1 - 1 dan 2 - 2 dneva 3 - 3 dnevi 4 - 4 dnevi 5 - 5 dni ali več					
10	Regija					
	1 – Ljubljana 2 – Podravska 3 – Primorska 4 – Gorenjska 5 – Celjska					

*Pri vprašanjih 1–6 : 1 pomeni najmanj zadovoljen, 5 najbolj zadovoljen.

8.2 Rezultati ankete

	1	index	2	index	3	index	4	index	5	index
Kako ste zadovoljni z delom naših potnikov?	0	0%	1	1%	17	25%	33	49%	16	24%
Kako ste zadovoljni z dogovorjenim dostavnim časom?	0	0%	0	0%	1	1%	34	51%	32	48%
Kako ste zadovoljni s spravočasno dostavo blaga s strani prevoznikov?	0	0%	0	0%	5	8%	23	34%	39	58%
Kako ste zadovoljni s kakovostjo priprave blaga	0	0%	0	0%	0	0%	17	25%	50	75%
Kako ste zadovoljni z reševanjem reklamacij?	0	0%	0	0%	3	4%	45	67%	19	28%
Kako ste zadovoljni pri odvozu poškodovanega ali neprodanega blaga?	0	0%	0	0%	8	12%	39	58%	20	30%
Mesečno število naročil	0	0%	9	13%	0	0%	52	78%	6	9%
Način oddaje naročil	30	45%	2	3%	8	12%	7	10%	20	30%
Čas dostave blaga	0	0%	38	57%	28	42%	1	1%	0	0%
Regija	11	16%	16	24%	16	24%	11	16%	13	20%
VSE PRISPELE ANKETE	67									

Slika 8: Skupni rezultati ankete

Vir: lasten

Na osnovi izpolnjeni anketnih obrazcev smo izpolnili tabelo, pripravljeno za obdelavo podatkov. Pridobljene rezultate smo obdelali in prikazali v obliki grafov, da bi lažje ugotovili, kje se lahko poboljša servis in izpeljali izboljšave.

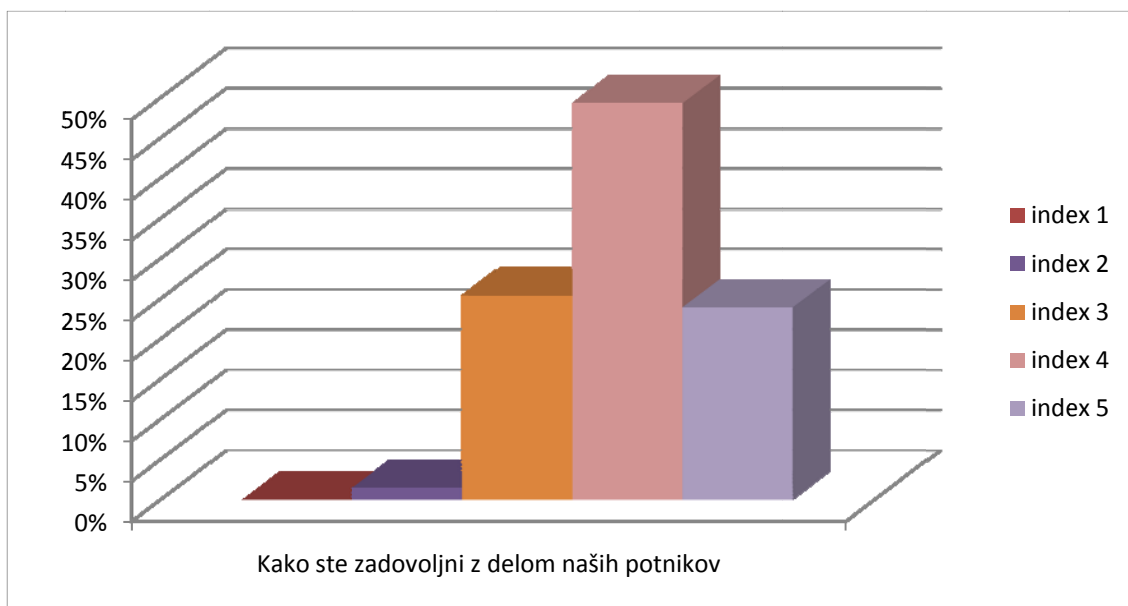
1. vprašanje: Kako ste zadovoljni z delom naših potnikov?

1-najmanj zadovoljen	0 odgovorov	0 %
2-manj zadovoljen	1 odgovor	1 %
3-srednje zadovoljen	17 odgovorov	25 %
4- zadovoljen	33 odgovora	49 %
5 –zelo zadovoljen	16 odgovorov	24 %

Tabela 1: Rezultati odgovorov na vprašanje 1

Vir: lasten

Povprečna ocena o zadovoljstvu z delom naših potnikov je 3,95.



Slika 9: Graf o zadovoljstvu z delom naših potnikov
Vir: lasten

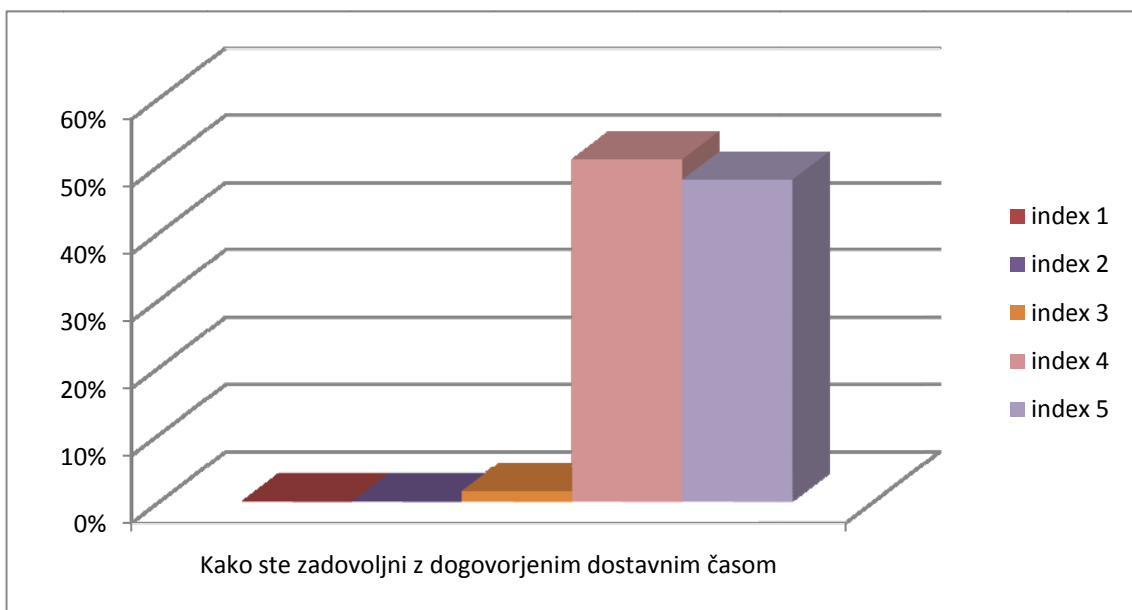
Iz prvega grafa je razvidno, da zadovoljstvo z delom potnikov ni najboljše. Povprečna ocena sicer ni slaba, vendar bi morala biti boljše. V tem segmentu je rezerva.

2. vprašanje: Kako ste zadovoljni z dogovorjenim dostavnim časom?

1-najmanj zadovoljen	0 odgovorov	0 %
2-manj zadovoljen	0 odgovorov	0 %
3-srednje zadovoljen	1 odgovor	1 %
4- zadovoljen	34 odgovorov	51 %
5 –zelo zadovoljen	32 odgovorov	48 %

Tabela 2: Rezultati odgovorov na vprašanje 2
Vir: lasten

Povprečna ocena o zadovoljstvu z dogovorjenim dostavnim časom je 4,46.



Slika 10: Graf o zadovoljstvu z dogovorjenim dostavnim časom
Vir: lasten

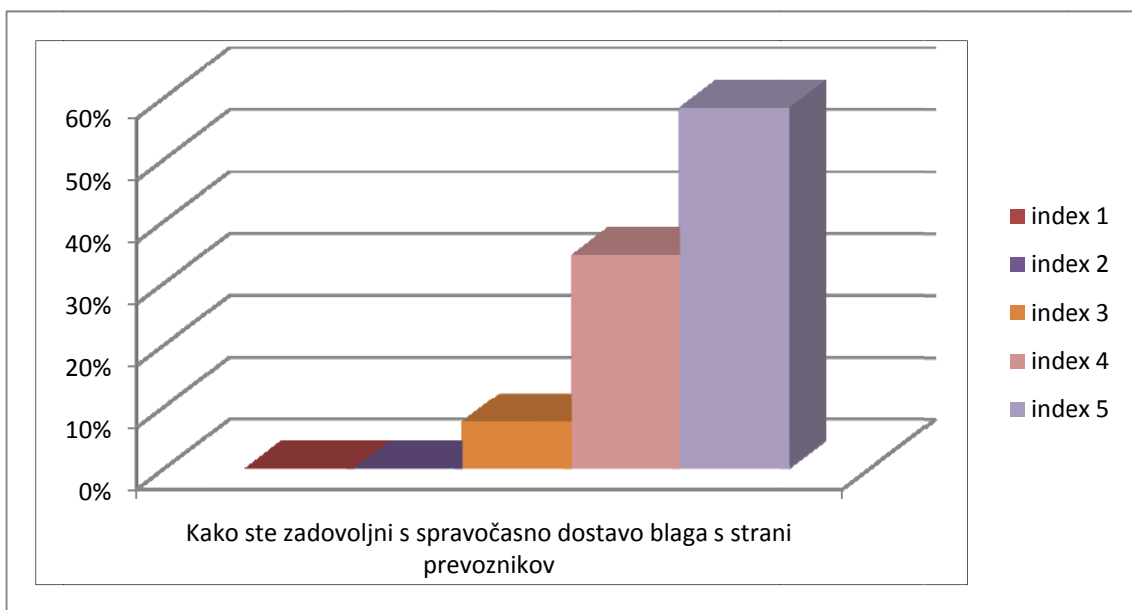
Iz drugega grafa opazamo, da je velika večina strank zadovoljna z dogovorjenim dostavnim časom. Vendar nas ti rezultati ne smejo zavajati, saj če želimo ohraniti tržno pozicijo, moramo težiti k stalnemu izboljševanju dostavnega servisa. To je vezano na sodelovanje s prevozniki. Dogovorjeni dostavni čas je vezan z obdelavo naročil, ki prispejo v našo komercialo, s pravočasno pripravo pošilk in z dostavo do stranke.

3. vprašanje: Kako ste zadovoljni s pravočasno dostavo blaga s strani prevoznikov?

1-najmanj zadovoljen	0 odgovorov	0 %
2-manj zadovoljen	0 odgovorov	0 %
3-srednje zadovoljen	5 odgovorov	8 %
4- zadovoljen	23 odgovorov	34 %
5 –zelo zadovoljen	39 odgovorov	58 %

Tabela 3: Rezultati odgovorov na vprašanje 3
Vir: lasten

Povprečna ocena o zadovoljstvu s pravočasno dostavo blaga s strani prevoznikov je 4,51.



Slika 11: Graf o zadovoljstvu s pravočasno dostavo blaga s strani prevoznikov

Vir: lasten

Skupni seštevek procentov zadovoljstva s pravočasno dostavo blaga s strani prevoznikov je približno enak zadovoljstvu z dogovorjenim dostavnim časom, vendar nastajajo odstopanja, ki so v vezi z načinom oddaje naročil, saj so stranke, ki oddajajo naročila s pomočjo RIP-a, dale v povprečju boljšo oceno.

Na tem segmentu je še nekaj rezerve, saj v sodelovanju z našimi partnerji za dostavo na rednih sestankih rešujemo eventuelne težave in si izmenjujemo podatke o željah strank.

4. vprašanje: Kako ste zadovoljni s kakovostjo priprave blaga?

1-najmanj zadovoljen	0 odgovorov	0 %
2-manj zadovoljen	0 odgovorov	0 %
3-srednje zadovoljen	0 odgovorov	0 %
4- zadovoljen	17 odgovorov	25 %
5 –zelo zadovoljen	50 odgovorov	75 %

Tabela 4: Rezultati odgovorov na vprašanje 4

Vir: lasten

Povprečna ocena o zadovoljstvu s kakovostjo priprave blaga je 4,75.



Slika 12: Graf o zadovoljstvu s kakovostjo priprave blaga

Vir: lasten

Na rezultate ankete na vprašanje o kakovosti priprave blaga smo posebej ponosni, saj so rezultati zelo dobri. To je rezultat trdega dela in pravilne selekcije sodelavcev v skladišču, ki delajo kot manipulanti ali kot prevzemni skladiščniki. Torej se kaže rezultat tega, da se vse začne s pravilnim prevzemom, pravilnim odlagalnim mestom, dobrim informacijskim sistemom in dobrim sodelovanjem sodelavcev.

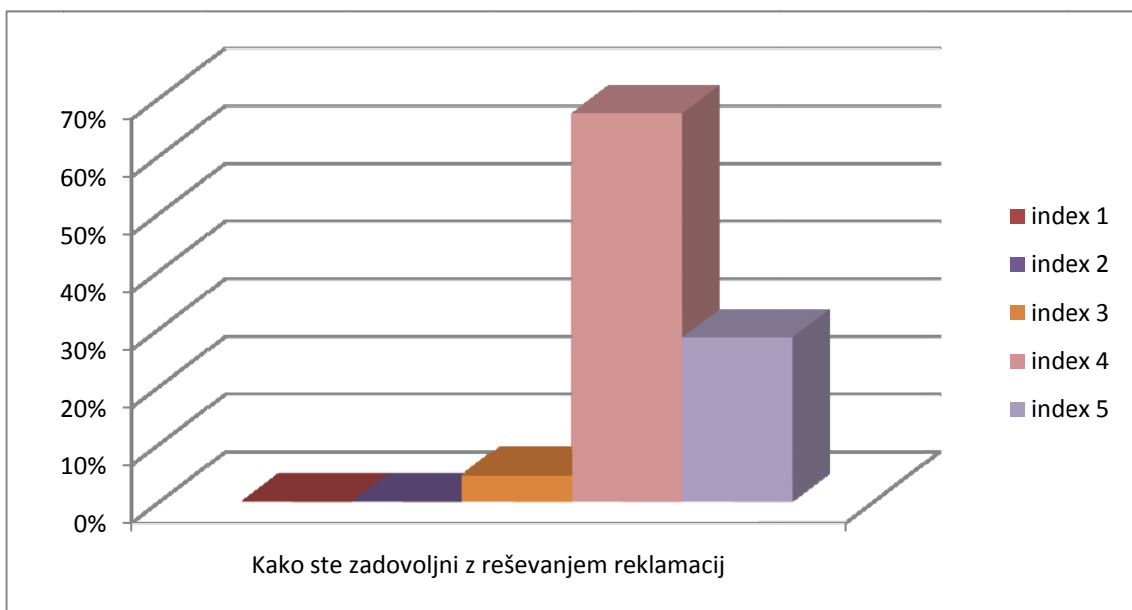
5. vprašanje: Kako ste zadovoljni z reševanjem reklamacij?

1-najmanj zadovoljen	0 odgovorov	0 %
2-manj zadovoljen	0 odgovorov	0 %
3-srednje zadovoljen	3 odgovora	4 %
4- zadovoljen	45 odgovorov	67 %
5 –zelo zadovoljen	19 odgovorov	28 %

Tabela 5: Rezultati odgovorov na vprašanje 5

Vir: lasten

Povprečna ocena o zadovoljstvu z reševanjem reklamacij je 4,24.



Slika 13: Graf o zadovoljstvu z reševanjem reklamacij

Vir: lasten

Iz tega grafa o zadovoljstvu z reševanjem reklamacij je vidno, da smo uspeli tudi v tem pogledu najti zadovoljiv način sodelovanja s strankami, saj so nam dali dokaj dobre ocene, vendar je tudi tukaj nekaj rezerv, kje se lahko izboljšamo.

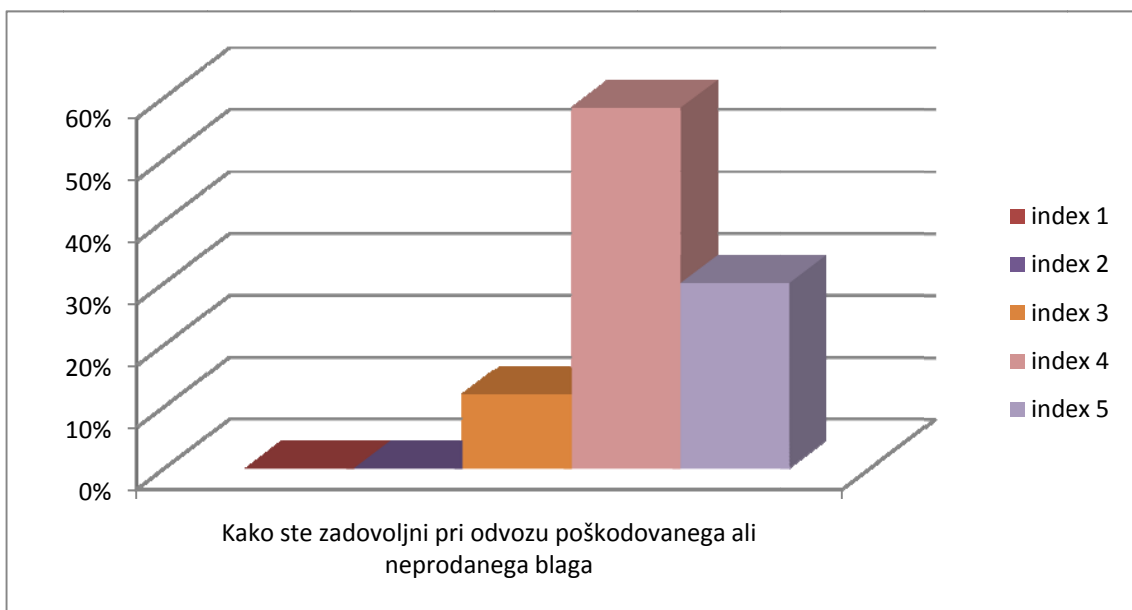
6. vprašanje: Kako ste zadovoljni pri odvozu poškodovanega ali neprodanega blaga?

1-najmanj zadovoljen	0 odgovorov	0 %
2-manj zadovoljen	0 odgovorov	0 %
3-srednje zadovoljen	8 odgovorov	12 %
4- zadovoljen	39 odgovorov	58 %
5 –zelo zadovoljen	20 odgovorov	30 %

Tabela 6: Rezultati odgovorov na vprašanje 6

Vir: lasten

Povprečna ocena o zadovoljstvu pri odvozu poškodovanega ali neprodanega blaga je 4,18.



Slika 14: Graf o zadovoljstvu pri odvozu poškodovanega ali neprodanega blaga
Vir: lasten

In v tem segmentu poprodajne logistike imamo približno enake rezultate kot pri reševanju reklamacij, saj tole rešuje ista služba, tako da je sodelovanje s strankami na dobrem nivoju. Vendar je, tako kot pri prejšnjem vprašanju, tukaj nekaj rezerv, katere je treba izkoristiti.

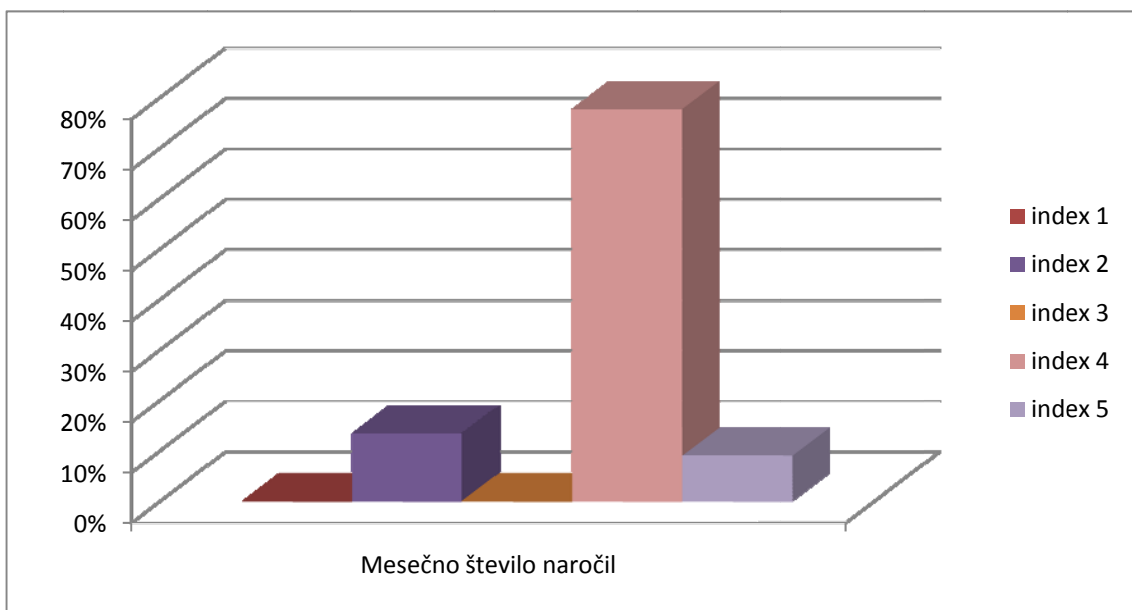
Zadnja štiri vprašanja so bila vezana na podatke o mesečnem številu naročil, načinu oddaje naročil, času kateri poteče od naročila do dostave in regije, kjer se nahajajo anketirane stranke.

7. vprašanje: Število mesečnih naročil?

Eno naročilo	0 odgovorov	0 %
Dve naročili	9 odgovorov	13 %
Tri naročila	0 odgovorov	0 %
Štiri naročila	52 odgovorov	78 %
Pet ali več naročil	6 odgovorov	9 %

Tabela 7: Rezultati odgovorov na vprašanje 7
Vir: lasten

Povprečno število mesečnih naročil je 3,82.



Slika 15: Graf o številu mesečnih naročil

Vir: lasten

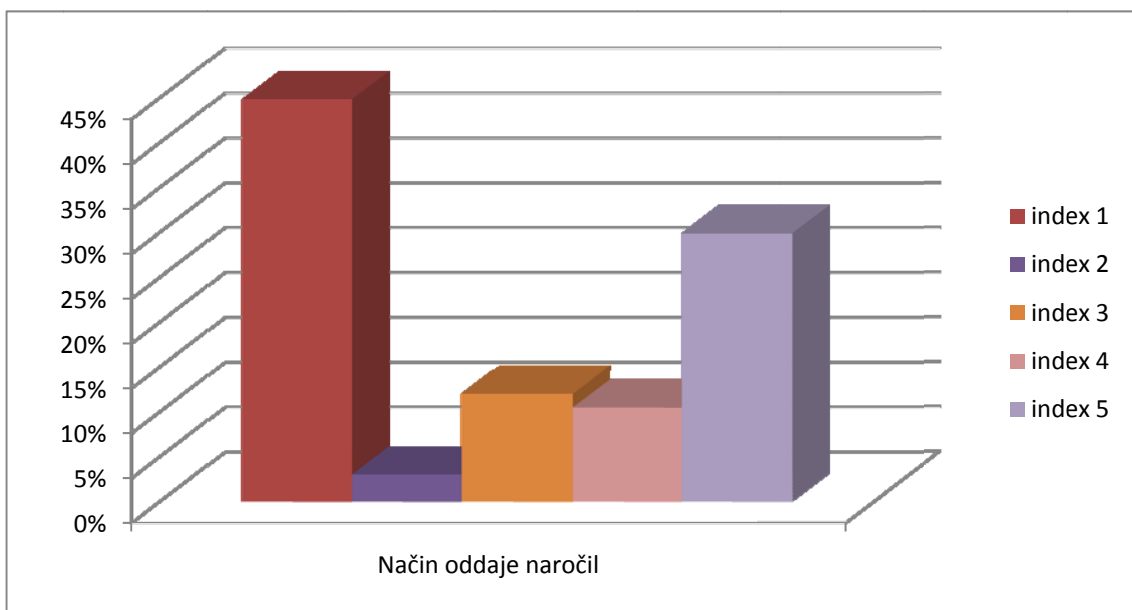
Iz tega grafa je razvidno, da sodelujemo večinoma s strankami, ki naročajo štirikrat mesečno. To je za nas pomemben podatek, saj nam govori o tem da s svojimi strankami sodelujemo na visoki ravni in da se moramo potruditi, da tako ostane.

8. vprašanje: Način naročil?

Potnik	30	45 %
Telefon	2	3 %
Fax	8	12 %
Elektronska pošta	7	10 %
RIP	20	30 %

Tabela 8: Rezultati odgovorov na vprašanje 8

Vir: lasten



Slika 16: Graf o načinu oddaje naročil

Vir: lasten

Glede načina oddajanja naročil opazamo, da veliki delež oddaje naročil zavzame klasičen način s pomočjo potnikov, kar je za nas zelo dobro, saj na ta način lahko predstavljamo novosti, rešujemo morebitne zaplete in pomagamo strankam, če je to potrebno.

Treba je tudi izpostaviti, da je vedno večji delež oddaje naročil s pomočjo RIP-a. Ta sistem smo uvedli v sodelovanju s svojim partnerji s strani kupcev kot tudi s strani izdelovalca informacijskega sistema. Uporabljamo ga izključno s svojimi franšizami in velikim sistemi, ki imajo veliko poslovalnic. Z RIP-om smo skrajšali čas obdelave naročil, saj naročila prispejo direktno v program in se lahko samo z enim klikom prestavi iz naročila kupca v nalog za pripravo.

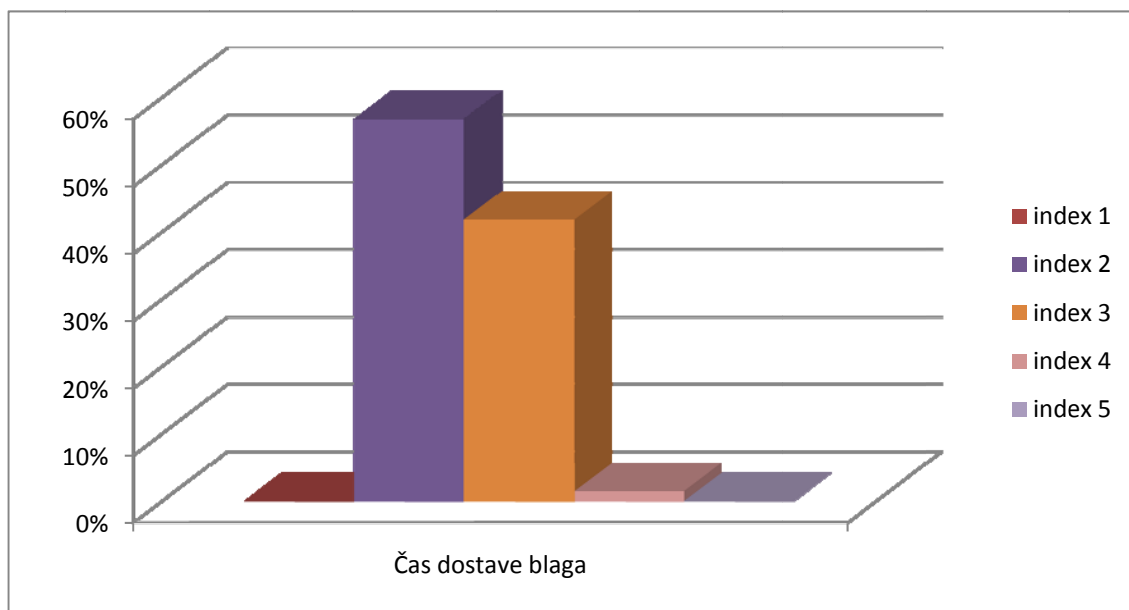
9. vprašanje: Čas dostave blaga?

En dan	0	0 %
Dva dneva	38	57 %
Trije dnevi	28	42 %
Štirje dnevi	1	1 %
Pet dni ali več	0	0 %

Tabela 9: Rezultati odgovorov na vprašanje 9

Vir: lasten

Povprečni čas dostave blaga je 2,45 dni.



Slika 17: Graf o času dostave blaga

Vir: lasten

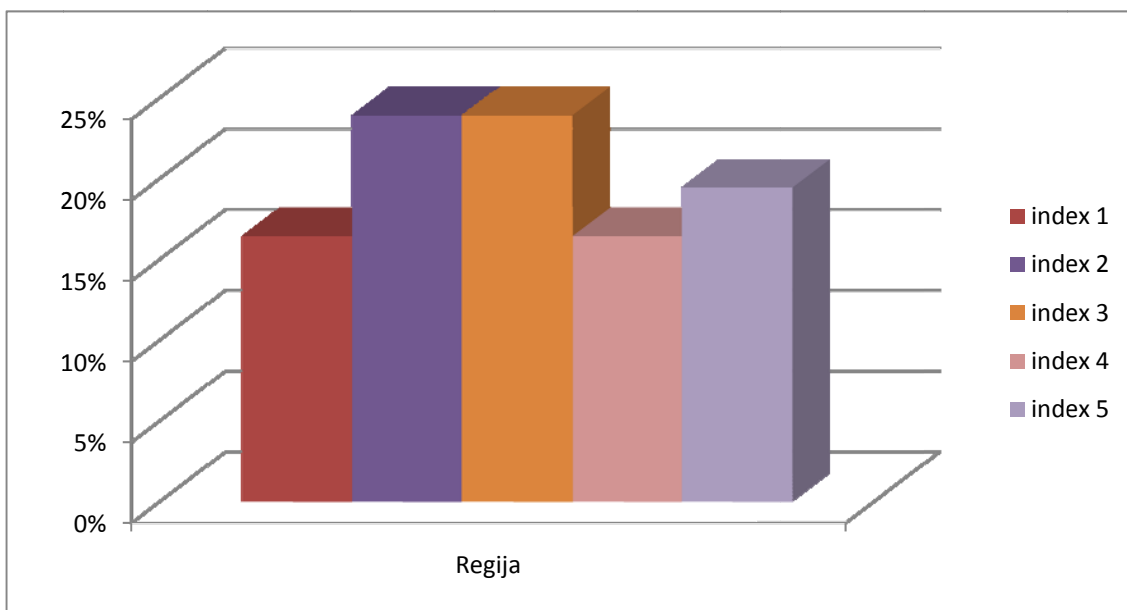
Čas dostave blaga je vezan na obiske potnikov po posameznih območjih in odvisen od uvajanja informacijskega sistema in večletnih izkušenj. Čas od oddaje naročila s strani kupcev do dostave blaga nam je uspelo minimizirati.

10. Vprašanje: regija?

Ljubljana	11	16 %
Podravska	16	24 %
Primorska	16	24 %
Gorenjska	11	16 %
Celjska	13	20 %

Tabela 10: Rezultati odgovorov na vprašanje 10

Vir: lasten



Slika 18: Graf o regijah poteka ankete

Vir: lasten

Raziskavo nam je uspelo pravilno razporediti po vsej regijah, tako da smo dobili pravilno sliko o zadovoljstvu naših kupcev. Odstopanja so samo zaradi števila strank po določenih progah.

9 PREDLOGI ZA IZBOLJŠAVE V PODJETJU HP HOBBY PROGRAM

Kot so rezultati opravljene ankete o zadovoljstvu kupcev pokazali, je podjetje HP Hobby program že naredilo ogromno dela za svojo prepoznavnost in svoje mesto med konkurenčnimi podjetji na trgu. Vendar to se lahko hitro spremeni. Največja napaka bi bila pustiti stvari take, kot so in pobirati sadove že opravljenega dela. Trg se kot živi organizem nenehno spreminja in končni kupci nenehno težijo k čim cenejšim in kvalitetnejšim izdelkom in storitvam. Podjetje HP Hobby program ponuja oboje, izdelek in storitev, po ugodni ceni, a kvalitetno. Prostor za izboljšave obstaja. Lahko ga najdemo, če pogledamo rezultate opravljene ankete. Čeprav pri večini vprašanj dobimo prav dobre in odlične ocene, lahko ponudimo še boljši, cenejši izdelek in samo storitev.

Do cenejših in kvalitetnejših izdelkov lahko pridemo z boljšim sodelovanjem z našimi dobavitelji, boljšim planiranjem potrebne količine blaga, in seveda bolj natančnim časom dostave v naše skladišče. S tem zmanjšamo potrebna sredstva vezana za plačila dobaviteljem. Kot so pokazali odgovori na vprašanje o zadovoljstvu kupcev, o kvaliteti pripravljenega blaga, smo na tem segmentu uspeli priti do želenega rezultata. To je rezultat izboljševanja informacijskega sistema in internega izobraževanja kadra o njegovi uporabi. Na tem je treba vztrajati, vendar oprežati za novostmi na tržišču in eventuelne izboljšave integrirati v naš sistem.

Sistem kombinacije zunanjih prevoznikov, sistemov za dostavo hitre pošte kot svojega lastnega prevoza se je pokazal kot zadetek v polno. Tukaj je rezerva v tem, da je treba redno sklicevati sestanke s prevozniki in potniki. Na ta način dobimo potrebne informacije o tekočih težavah, ki jih lahko sproti odpravljamo, in če se ponavljajo, popravimo protokole o delovanju. S samimi vozniki se srečujemo vsakodnevno, po povratku z proge, in zabeležene zaznamke obdelamo in predloge predstavljamo na mesečnih sestankih s potniki in lastnikoma zunanjih prevozov.

Glede na to, da dostavljamo blago v naše franšizne trgovine, specializirane trgovine za prodajo blaga za male živali, kot tudi v trgovske verige, moramo tem strankam pristopati različno.

S franšizojemalci moramo organizirati skupne sestanke na mesečni ravni in predstavljati novosti, kot tudi obravnavati tekoče zadeve. Na teh sestankih vsak od njih prinese kakšno

ново idejo, ki bi jo lahko s skupnimi močmi prenesli v naš logistični sistem in s tem izboljšali servis in zmanjšali stroške.

Za izboljšavo servisa do lastnikov specializiranih trgovin za prodajo blaga za male živali, bi uvedli izobraževanje potnikov v naših franšiznih trgovinah, s tem bi oni lahko na licu mesta pomagali in svetovali našim odjemalcem. S tem bi lahko prispevali k zmanjševanju vračil in povečevali zaupanje strank in njihovo zvestobo.

Za trgovske verige je treba vztrajati pri integraciji informacijskih sistemov, saj pri naročanju s pomočjo RIP-a zmanjšujemo možnosti napak, skrajšamo čas od naročilo do dostave in lažje planiramo prevoze in s tem bolj učinkovito uporabljamo naše prevoze, seveda ob zmanjševanju sredstev za plačilo zunanjima prevoznikoma, oziroma stroške lastnega dostavnega servisa. Obvezno je treba planirati akcije in reklame v sodelovanju s trgovskimi verigami, saj prisotnost v njihovih reklamnih letakih zmanjšuje naše stroške ob izdelovanju naših lastnih.

In na koncu, ampak samo po razvrstitvi logističnih sistemov, ne pa po pomembnosti, pridemo do poprodajne logistike. Tukaj je največja rezerva, saj je ta del logističnega sistema v podjetju bil dolgo zanemarjen, oziroma obravnavan samo kot strošek.

Kupcem je treba pokazati, da sodelujemo pri razbremenitvi ostankov poškodovanega blaga, neprodanih akcij, odpadkov in reševanju reklamacij. S tem jih vežemo na nas, sebi pa ob planiranju pravih prog in pobiranja vračil ob dostavi novih pošilk ne delamo dodatnih stroškov.

Reklamacije je treba obravnavati enako kot blago za prodajo, jih kvalitetno prevzeti ob vračilu, razvrstiti po dobaviteljih, odložiti na posebno, vnaprej določeno mesto in v enakih vremenskih intervalih vračati, oziroma reklamirati dobavitelju. S tem reklamacije rešujemo hitro, dobimo zamenjave za poškodovane artikle, in s tem sprostimo sredstva, ki so sicer vezana z zamenjavo reklamiranih artiklov v naših zalogah.

Seveda je *največja vrednost našega logističnega sistema v naših sodelavcih*. Treba je vztrajati pri internem izobraževanju zaposlenih in dobrih medsebojnih odnosih.

10 ZAKLJUČNE MISLI IN KRITIČNI POGLED

Kot smo že v uvodu povedali, je današnji čas zaradi nenehnih tranzicijskih in tržnih sprememb za naše gospodarstvo zelo težaven. Poleg prehoda na novi družbeni in politični sistem, so naša podjetja izpostavljena tujim gigantom in podedovani finančni nedisciplini iz prejšnjega sistema. Da bi obstalo na tem tržnem prostoru in pod temi pogoji, podjetje mora pokazati veliko fleksibilnost in dovzetnost za spremljane novosti na tržišču.

Moramo gledati na vsak segment v veliki verigi poslovnih odločitev, da ne bi naredili koraka nazaj in dopustili korak več konkurenci. V logistiki vidimo veliko možnost za ta korak, ki ga je potrebno narediti, da bi bili pred konkurenco.

V pravilnem planiranju nabave surovin in blaga na zalogo, pravilnega spremljanja obračanja zalog, kot tudi natančnega spremljanja samih zalog v cilju zmanjševanja nepotrebnih zalog, dobimo možnost zmanjševanja nepotrebnih stroškov.

Tudi s pravilnim nalaganjem blaga na odlagalne lokacije, pridemo do čim bolj natančne poti priprav pošilk in zmanjševanja časa priprave.

S pravilno obdelavo blaga v proizvodnji se izognemo stroškom poškodovanega blaga in zmanjšujemo možnosti eventuelnih reklamacij naših strank. Če pa do reklamacij pride, jih je treba reševati hitro in v dobro strank.

Na koncu je treba dodati, da danes lahko zadržimo samo zadovoljno stranko in takšna stranka se bo z veseljem vrnila in ji bomo vedno lahko ponudili našo paleto izdelkov.

11 LITERATURA IN VIRI

LITERATURA:

1. Anders, V.: *Skladiščna logistika podjetja Tukano d.o.o.*, Seminarska naloga, Visoka strokovna šola Academia Maribor, 2006.
2. Anders, V.: *Distibucijska logistika (na primeru podjetja HP Hobby program)*, Seminarska naloga, Visoka strokovna šola Academia Maribor, 2007.
3. Križman, A.: *Organizacija in logistika poslovanja*, Višja strokovna šola Akademija Maribor, 2005.
4. Lambert, D., Stock, R. J., Ellram M. L.: *Fundamentals of Logistics*. Irvin: McGraw-Hill, 1997.
5. Logožar, K.: *Poslovna logistika: elementi in podsistemi*, GV izobraževanje, Ljubljana, 2004.
6. Logožar, K.: *Povezanost logističnih procesov in koncepta računalniško integrirane proizvodnje (CIM) v proizvodnem podjetju*, Doktorska disertacija, Ekonomsko-Poslovna fakulteta, Maribor, 2000.
7. Logožar, K.: *Razbremenilna logistika in varstvo okolja*, Studio Linea, Maribor, 1999.
8. Milač, B.: *Racionalizacija oskrbovalne verige prehrabnih proizvodov v Kolinski*, Magistrsko delo, Ekonomska fakulteta, Ljubljana, 2002.
9. Oblak, H.: *Mednarodna poslovna logistika*. Ekonomsko-poslovna fakulteta, Maribor, 1997.
10. Oblak, H. : *Oblikovanje poslovne logistike z vidika marketinške zasnove in njene vključitve v medorganizacijske odnose poslovnega sistema*, Doktorska disertacija, Visoka ekonomska-komercialna šola Maribor, Maribor, 1987.
11. Ogorelc, A.: *Logistika. Organiziranje in upravljanje logističnih procesov*, Ekonomsko-poslovna fakulteta, . Maribor, 1996.
12. Ogorelc, A.: *Organiziranost logističnega sistema*, Naše gospodarstvo, Maribor, 1979.
13. Perišič, R.: *Logistika, transport, distribucija, juče, danes, sutra*, Logistika, Beograd, 1990.
14. Požar, D.: *Gospodarjenje v poslovni logistiki*, Založba Obzorja, Maribor, 1976.
15. Ušaj, S.: *Analiza poslovne logistike v podjetju Fructal*, Diplomsko delo, Univerza v Ljubljani, ekonomska fakulteta, Ljubljana, 2002.
16. Završnik, B.: *Menagment nabave*, Gospodarski vestnik, Ljubljana, 1996.

INTERNI VIRI :

17. Interna dokumentacija podjetja MC center za informacijski inženiring, Ljubljana.
18. Interna dokumentacija podjetja HP Hobby program d.o.o., Hoče.

INTERNETNI VIRI:

19. <http://sl.wikipedia.org/wiki/Logistika> (13.01.2010)