

Vysoká škola logistiky o.p.s.

BAKALÁRSKA PRÁCA

Přerov 2020

Ingrid Božíková

Vysoká škola logistiky o.p.s.

**LOGISTICKÝ SYSTÉM
SPOLOČNOSTI MAMA KIDDIES
SLOVENSKO, s.r.o.**

Bakalárska práca

Přerov 2020

Ingrid Božíková



Vysoká škola
logistiky
o.p.s.

Zadání bakalářské práce

studentka

Ingrid Božíková

studijní program
obor

Logistika
Dopravní logistika

Vedoucí Katedry bakalářského studia Vám ve smyslu čl. 22 Studijního a zkušebního řádu Vysoké školy logistiky o.p.s. pro studium v bakalářském studijním programu určuje tuto bakalářskou práci:

Název tématu: **Logistický systém společnosti Mama Kiddies Slovensko, s. r. o.**

Cíl práce:

Analyzovat logistický systém a procesy ve společnosti Mama Kiddies Slovensko, s. r. o., se zaměřením na logistiku zásobování za účelem porovnání a výběru vhodných dodavatelů a logistických toků z pohledu podniku. Zpracovat a předložit návrh na zefektivnění logistiky zásobování dané společnosti.

Zásady pro vypracování:

Využijte teoretických východisek oboru logistika. Čerpejte z literatury doporučené vedoucím práce a při zpracování práce postupujte v souladu s pokyny VŠLG a doporučeními vedoucího práce. Části práce využívající neveřejné informace uveďte v samostatné příloze.

Bakalářskou práci zpracujte v těchto bodech:

Úvod

1. Logistické systémy a logistika zásobování
 2. Analýza logistických procesů ve společnosti Mama Kiddies Slovensko, s. r. o.
 3. Návrh zefektivnění logistiky zásobování společnosti Mama Kiddies Slovensko, s. r. o.
- Závěr

Rozsah práce: 35 – 50 normostran textu

Seznam odborné literatury:

PERNICA, P. Logistika pro 21. století (supply chain management). Praha: Radix, 2005. ISBN 80-86031-59-4.

DRAHOTSKÝ, I. a B. ŘEZNÍČEK. Logistika – procesy a jejich řízení. Brno: Computer Press, a.s., 2003. ISBN 80-7226-521-0.

VIESTOVÁ, K. a kol. Lexikón logistiky. Bratislava: EKONÓM, 2005. ISBN 80-225-2007-1.

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Mgr. Anita Schniererová

Datum zadání bakalářské práce:

31. 10. 2019

Datum odevzdání bakalářské práce:

5. 5. 2020

Přerov 31. 10. 2019



Ing. et Ing. Iveta Dočkalíková, Ph.D.
vedoucí katedry



doc. Ing. Ivan Hlavoň, CSc.
rektor

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a že jsem ji vypracovala samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná a že jsem v práci neporušila autorská práva ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., o autorském právu, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů.

Prohlašuji, že jsem byla také seznámena s tím, že se na mou bakalářskou práci plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů, zejména § 60 – školní dílo. Beru na vědomí, že Vysoká škola logistiky o.p.s. nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro pedagogické, vědecké a prezentační účely školy. Užiji-li svou bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom/a povinnosti informovat před tím o této skutečnosti Vysokou školu logistiky o.p.s. prorektora pro vzdělávání.

Prohlašuji, že jsem byla poučena o tom, že bakalářská práce je veřejná ve smyslu zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů, zejména § 47b. Taktéž dávám souhlas Vysoké škole logistiky o.p.s. ke zpřístupnění mnou zpracované bakalářské/diplomové práce v její tištěné i elektronické verzi. Souhlasím s případným použitím této práce Vysokou školou logistiky o.p.s. pro pedagogické, vědecké a prezentační účely.

Prohlašuji, že odevzdaná tištěná verze bakalářské práce, elektronická verze na odevzdaném optickém médiu a verze nahraná do informačního systému jsou totožné.

V Přerove, dne

.....

podpis

ANOTÁCIA

Predložená bakalárska práca sa v teoretickej časti zaoberá teoretickými vymedzeniami ako sú logistika, logistika zásobovania, logistika skladového hospodárstva a iné. Praktická časť sa orientuje na charakteristiku sledovanej spoločnosti Mama Kiddies SLOVENSKO, s.r.o., následnú analýzu a zistené návrhy.

Cieľom bakalárskej práce je analýza logistického systému v spoločnosti Mama Kiddies SLOVENSKO, s.r.o. a predloženie prípadných návrhov na zefektívnenie zásobovania a logistiky spoločnosti.

Kľúčové slová

logistický systém, analýza, zásobovanie, skladové hospodárstvo

ANNOTATION

The presented bachelor thesis deals with theoretical definitions such as logistics, supply, logistics of warehouse economy and other terms in the theoretical part. The practical part focuses on the characteristics of the monitored company Mama Kiddies SLOVAKIA, s.r.o., followed with analysis and identified proposals.

The main aim of the bachelor thesis is analyzing the logistic system in the company Mama Kiddies SLOVAKIA, s.r.o. and submitting the possible proposals to streamline the company's supply and logistics.

Key words

logistic system, analysis, supply, warehousing (warehouse economy)

OBSAH

ÚVOD	8
1 LOGISTICKÉ SYSTÉMY A LOGISTIKA ZÁSOBOVANIA	9
1.1 História logistiky.....	9
2.1 Definície logistiky.....	9
1.3 Logistické systémy a ich členenie.....	11
1.3.1 Logistika v organizačnej štruktúre podniku.....	12
1.3.2 Logistický reťazec.....	13
1.3.3 Logistický systém.....	15
1.4 Zásobovacia logistika.....	16
1.4.1 Nákupná logistika.....	17
1.4.2 Strategický nákup.....	18
1.4.3 Doprava.....	21
1.4.4 Prepravný systém.....	21
1.4.5 Charakteristika prepravných technológií.....	23
1.4.6 Kombinovaná preprava.....	24
1.4.7 Ciele zásobovania.....	24
1.5 Logistika distribúcie.....	25
1.5.1 Podstata a význam distribúcie.....	25
2 ANALÝZA LOGISTICKÝCH PROCESOV V SPOLOČNOSTI MAMA KIDDIES SLOVENSKO, S.R.O.	28
2.1 Predmet podnikania.....	28
2.2 Príjem objednávky od zákazníka.....	29
2.3 Skladovanie.....	30
2.4 Zásobovanie.....	31
2.4.1 Odpovede zásobovateľky č. 1.....	32
2.4.2 Odpovede zásobovateľky č. 2.....	34
2.4.3 Analýza tržieb v jednotlivých rokoch.....	36
3 NÁVRH ZEFEKTÍVNENIA LOGISTIKY A ZÁSOBOVANIA SPOLOČNOSTI MAMA KIDDIES SLOVENSKO, S.R.O.	38
ZÁVER	42
SÚPIS BIBLIOGRAFICKÝCH CITÁCIÍ	43
ZOZNAM SKRATIEK	45
ZOZNAM ILUSTRACÍ A TABULIEK	46

ZOZNAM PŘÍLOH.....	47
---------------------------	-----------

ÚVOD

Logistický systém je jedným z najdôležitejších nástrojov riadenia podnikov, ktorého cieľom je zvyšovanie konkurencieschopnosti. Analyzovaný podnik tiež veľmi dbá na svoju logistiku a zásobovanie.

V prvej kapitole bakalárskej práce uvádzam viaceré definície autorov. Zaoberám sa s teoretickými vymedzeniami ako sú logistika, zásobovacia logistika a logistika distribúcie.

V druhej časti analyzujem vybraný podnik. Rozoberám témy týkajúce sa predmetu podnikania, týkajúce sa skladovania a porovnáam sledované tržby firmy rokov 2015 – 2019 pomocou tabuľky a grafu.

V poslednej kapitole uvádzam niekoľko návrhov na zefektívnenie logistiky a zásobovania spoločnosti Mama Kiddies SLOVENSKO, s.r.o.

Cieľom bakalárskej práce je analýza logistického systému v spoločnosti Mama Kiddies SLOVENSKO, s.r.o. a predloženie prípadných návrhov na zefektívnenie zásobovania a logistiky spoločnosti.

1 LOGISTICKÉ SYSTÉMY A LOGISTIKA ZÁSOBOVANIA

„Ten, kto sa nikdy nenaučil poslúchať, sa nemôže stať dobrým lídrom.“

(Aristoteles)

1.1 História logistiky

Logistika je kategorizovaná k relatívne mladým vedným disciplinám, aj keď počiatky môžeme spájať už so skorými formami obchodu. Skúmaná začala byť až na začiatku 20. storočia v súvislosti s distribúciou poľnohospodárskych produktov ako spôsob podpory obchodnej stratégie podniku. Dôležitú úlohu zohrala počas aj po 2. svetovej vojny, mala významný podiel na víťaztve spojeneckých armád a po vojne hlavne kvôli nedostatku spotrebného tovaru a potrebe a potreby previesť vojnou narušené hospodárstvo na mierovú výrobu. V 50. a 60. rokoch sa výraznou mierou postarala o zníženie výrobných nákladov, o rozvoj veľkovýroby.

Logistika sa rozvíjala kontinuálne až po 70. roky, potom nastáva nelineárny, nepravidelný a nevypočítateľný vývoj, mení sa povaha konkurencie. Úroveň služieb je nástrojom strategického významu v konkurenčnom boji, lebo rozdiely v hmotnom tovare sú minimálne. Význam informácií a informačných technológií – účinný nástroj rastá, pomocou ktorého je možné lepšie monitorovať aktivity náročné na počet transakcií, ako je objednávka, pohyb materiálu, skladovanie tovaru a pod. [16]

2.1 Definície logistiky

Logistika patrí k jedným z významných nástrojov úspešného riadenia podnikov smerujúceho k zvyšovaniu konkurencieschopnosti. Integruje, reguluje a kontroluje všetky materiálové toky, ako aj všetky toky polotovarov, hotových výrobkov a informácií, a s tým spojených procesov dopravy, skladovania, manipulácie a balenia a snaží sa o ich optimalizáciu predovšetkým v súvislosti s nákladmi a rýchlosťou uspokojovania potrieb zákazníkov. V podniku, kvôli tomu neexistuje samostatne, ale je prepojená s ostatnými podnikovými zložkami, ale predovšetkým musí byť priamo v

súlade so stratégiou podniku. Dôležité je logistiku vnímať ako súčasť všetkých podnikových funkcií , pretože práve správnymi logistickými rozhodnutiami môže podnik dosiahnuť podstatnú úsporu v nákladoch a obstať tak v boji s konkurenciou. [12]

Logistika je systém organizácie, plánovania, riadenia a výkonu tokov tovarov vývojom a nákupom začínajúc, výrobou a distribúciou podľa objednávky finálneho zákazníka končiac tak, aby boli splnené požiadavky trhu pri minimálnych nákladoch a minimálnych kapitálových výdavkoch. [9]

„Z uvedených definícií vyplýva, že predmetom logistiky je prognózovanie, riadenie, synchronizácia a optimalizácia toku materiálu, informácií, osôb a finančných prostriedkov tak, aby boli:

- *na mieste, kde sú potrebné,*
- *v čase, kedy sú potrebné,*
- *v potrebnom množstve*
- *vo vyhovujúcej kvalite*
- *pri najnižších celkových nákladoch.”* [9, s.120]

Logistika sa považuje za interdisciplinárnu vedu, ktorá sa zaoberá koordináciou, zosúladením prepojením a optimalizáciou toku surovín, materiálu, polovýrobov, výrobkov a služieb, ale tiež tokov informácií a financií z hľadiska uspokojenia zákazníka za najnižšieho vynaloženia prostriedkov. Analyzovaná veda nie je samoučelná, ale je súčasťou podnikateľskej stratégie, a to ako koncepcia riadenia firmy, vychádzajúca od zákazníka a je tiež racionalizačným nástrojom.

Tým, že logistika dáva do súladu vecnú, priestorovú a časovú diferenciu výroby a spotreby, na prvej strane vedie k úspore nákladov, zníženiu stavu zásob, uvoľneniu kapitálu a tým k zvýšeniu hospodárnosti a zisku. Na druhej strane, čo je významnejšie pre trhovú ekonomiku, je to, že logistika je nástrojom pre získanie a udržanie zákazníka, pretože mu poskytuje výhody, čím firma, ktorá uplatňuje logistiku, získava vyššiu konkurenčnú schopnosť a má vyššiu trhovú výkonnosť. [17]

1.3 Logistické systémy a ich členenie

Logistický systém definujeme ako systém integrovaného riadenia pohybu hmôt, t. j. surovín, materiálov, súčiastok v jednotlivých fázach výroby a finálnych výrobkov.

„ Obsahuje vždy súbor činností spojených s:

- *identifikáciou lokalít, medzi ktorými sa uskutočňuje pohyb hmôt,*
- *materiálovým pohybom hmôt – dopravnými procesmi,*
- *nedopravnými procesmi vyvolávanými jednak vlastným pohybom hmôt, jednak vyplývajúcimi z dodávateľsko-odberateľských vzťahov, t. j.:*
 - *skladovaním, vrátane udržiavania zásob v optimálnej výške pre zabezpečenie plynulého priebehu výrobného procesu,*
 - *manipuláciou s materiálmi a hmotnými výrobkami za účelom ich premiestnenia, či už vo vnútri výrobného procesu, alebo mimo neho, prípadne za účelom ich skladovania,*
 - *vonkajšou technickou úpravou výrobkov vyvolanou ich premiestňovaním (prepravným balením),*
 - *informačnými tokmi, ich spracovaním a použitím pre proces riadenia logistického systému.” [11, s.98]*

Logistický systém môžeme predstaviť ako účelne usporiadanú množinu všetkých logistických aktívnych prvkov (prvkov realizujúcich logistické procesy, napr. baliace stroje, dopravné a manipulačné zariadenia, sklady a pod.) a pasívnych prvkov (prvkov, ktoré sú predmetom logistických procesov, podieľajúcich sa na uskutočňovaní logistických sietí s cieľom uspokojiť požiadavky zákazníkov.

Pohyb jednotlivých tokov v rámci logistického systému je realizovaný prostredníctvom logistických sietí. Logistická sieť sa rodí vzájomným prepojením logistických procesov. Ak je štruktúra logistickej siete líniová, ide o logistický reťazec. [6]

Logistický reťazec definujeme ako súbor technických prostriedkov, hmotných prvkov, informácií a ľudí spolu s ich vzájomnými vzťahmi, prostredníctvom ktorých sú

uskutočňované vpred i späť smerujúce hmotné a informačné toky tak, aby boli za primeraných nákladov splnené požiadavky posledného článku reťazca. [14]

„Z procesného hľadiska sa logistický systém skladá :

- zo zásobovacieho logistického pod systému, ktorý zahrňuje logistické procesy v oblasti zásobovania vstupmi – surovinami, materiálom, výrobnými prostriedkami, energiami a pod.
- z výrobného logistického pod systému, ktorý zahrňuje logistické procesy v oblasti výroby. Ide o presuny materiálu v rámci výroby až po vlastný výstup výrobku z výrobného procesu. Tieto dva pod systémy patria do oblasti tzv. podpory výroby.
- z distribučného logistického pod systému, ktorý zahrňuje pohyb výstupu (výrobku) od výroby až po zákazníka. Ide o odbyt, dopravu, veľkoobchod, maloobchod. Tento systém patrí od oblasti distribúcie.” [8, s.74]

1.3.1 Logistika v organizačnej štruktúre podniku

Existencia oddelenia logistiky v podniku vyplýva priamo z podstaty existencie podnikateľského subjektu, t. j. dosiahnutia zisku. „Tento hlavný cieľ dosahuje podnik prostredníctvom čiastkových cieľov:

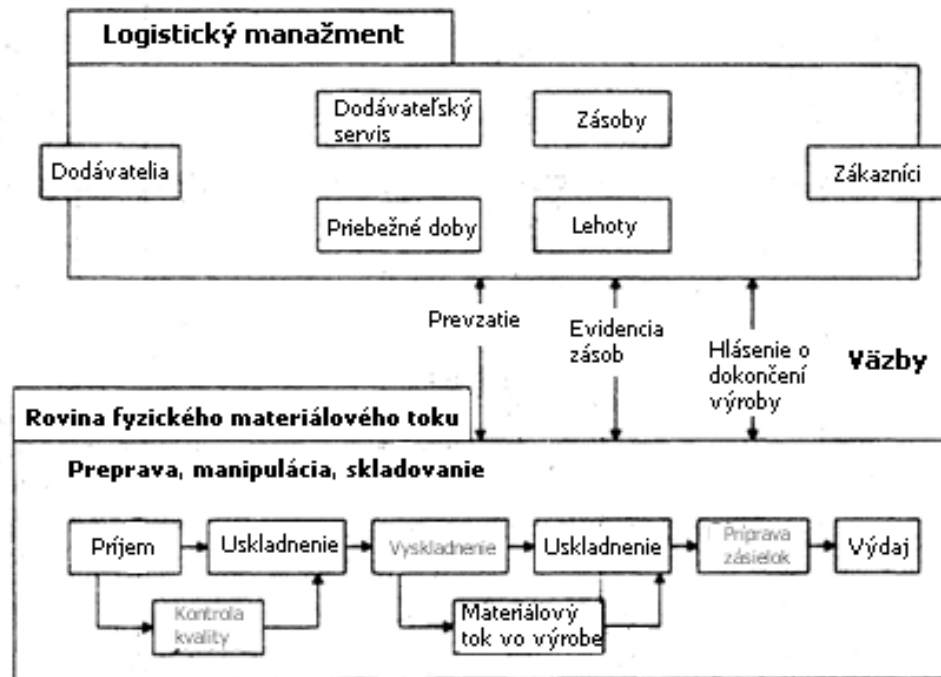
- zabezpečením konkurencieschopnosti,
- upevnením a rozšírením pozícií na trhu,
- lepším využitím existujúcich zdrojov,
- zabezpečením likvidity.” [2, s. 52]

„Z týchto podnikových cieľov možno odvodiť logistické ciele:

- dodržiavanie dodacích lehôt,
- malé zásoby, krátke priebežné doby výroby,
- vysoké využitie kapacít a pod.” [2, s. 52]

Organizačná štruktúra podniku musí vytvárať priaznivé predpoklady pre dosiahnutie podnikových cieľov, a to aj v oblasti logistiky. Skôr, než sa prikróčí k podrobnému riešeniu organizačných štruktúr, je vhodné vytvoriť koncepciu usporiadania, ktorá vychádza zo systémového prístupu a globálneho pohľadu na podnikové aktivity. [2]

Podstata takejto koncepcie je zobrazená na obr. 1.1



Obr. 1.1 Koncepcia organizácie logistiky v podniku

Zdroj: [2]

1.3.2 Logistický reťazec

Predmetom skúmania logistiky je naplnenie obsahu a splnenie cieľov logistiky.

„Sú to preto skúmané a riešené tieto toky:

- *materiálové,*
- *informačné,*
- *tok energií,*
- *obalové,*
- *tok odpadov.*” [1, s.69]

Základom sú toky materiálové, pretože prostredníctvom nich dokážeme uspokojiť potreby zákazníkov.

„Organizácia materiálových tokov sa deje v niekoľkých rovinách:

- tok materiálu,
- prepravný reťazec,
- logistický reťazec.” [1, s.70]

Pod pojmom tok materiálu si predstavujeme organizovaných pohyb materiálu od zdrojov surovín cez ich prvotné spracovanie, ich zhodnotenie vo výrobnom procese, až po dodanie hotového výrobku konečnému zákazníkovi, resp. až ku spracovaniu odpadov.

Pri organizácii materiálového toku využívame aktívne a pasívne prvky. Medzi aktívne prvky logistického reťazca zaraďujeme také prvky, ktorých pôsobením sú ovplyvňované prvky pasívne. Sú to predovšetkým manipulačné zariadenia a dopravné prostriedky. Medzi pasívne prvky naopak zaraďujeme také prvky logistického reťazca, ktoré sú ovplyvňované prvkami aktívnymi. Sú to teda predovšetkým manipulačné a prepravné jednotky. [1]

Prepravný reťazec: predstavuje premiestňovanie materiálu vo všetkých jeho formách medzi jednotlivými miestami, v ktorých sa materiál spracováva, ako aj premiestňovaním hotového výrobku ku konečnému užívateľovi, resp. až ku spracovaniu odpadov.

Logistický reťazec: zahŕňa okrem pohybu materiálu aj všetky ostatné činnosti, ktoré s tým súvisia. To znamená, že zahŕňa aj organizáciu materiálového toku, plánovanie, administratívne činnosti, pohyb informácií a pod. Zahŕňa ako prepravný reťazec, tak aj materiálový tok.

„Pojem logistický reťazec je vôbec najdôležitejším pojmom logistiky. Označujeme ním také dynamické prepojenie trhu spotreby s trhom surovín, materiálov a dielov v jeho hmotnom a nehmotnom aspekte, ktoré účelovo vychádza od dopytu, teda

objednávky konečného zákazníka, resp. ktoré sa viaže na konkrétnu zákazku, výrobok, druh alebo skupinu výrobkov.” [7, s. 209]

1.3.3 Logistický systém

„Logistický systém podniku je usporiadaná množina umelých (technických) a ľudských prvkov a väzieb medzi nimi kooperujúcich pri plánovaní a realizácii logistických reťazcov vyvolávaných podnikom.” [7 s.171]

„Logistický systém je tvorený tromi podsystémami:

- *materiálový – zahŕňa procesy od nákupu materiálu až po predaj konečnému zákazníkovi. Sú tu zahrnuté procesy ako napr. manipulácia, doprava, skladovanie, balenie, expedícia, predaj a pod.*
- *riadiaci – zahŕňa činnosti managementu – plánovanie, rozhodovanie, organizovanie a kontrolovanie.*
- *informačný systém – uľahčuje logistické činnosti, pretože poskytuje správne informácie o správnom mieste a v správny čas. Sú tu zahrnuté činnosti ako napr. spracovanie objednávky, vedenie stavu zásob v sklade a iné.” [7, s.54]*

Typický logistický systém charakterizujeme nasledujúcimi znakmi. Je umelý, zmiešaný, vytvorený človek, obsahujúci sociálne, ekonomické a technické prvky. Jeho chovanie je cieľové, je otvorený a kompatibilný. Medzi jeho typické vlastnosti zaraďujeme celistvosť, homogenitu, kompatibilitu, adaptabilitu a synergiu celého logistického systému. [13]

1.4 Zásobovacia logistika

Pojem obstarávacia logistika, pod ktorým sa predstavuje súhrn logistických úloh a opatrení pri príprave a realizácii nákupu. Zaoberá sa optimalizáciou, koordináciou a synchronizáciou činností spojených s materiálovým tokom surovín, pomocných a výrobných materiálov a nakupovaných dielov z nákupného trhu do vstupného skladu alebo priamo do výroby. Úlohy zásobovania možno rozdeliť na úlohy nákupu (logistika nákupu), ktoré sú orientované na trh a sú spojené s uzatváraním zmlúv a na správne a fyzické úlohy zásobovania (logistika zásobovania) spojené s tokmi materiálov a tovarov.

Zásobovacia logistika sa zameriava na minimalizáciu nákladov spojených s realizáciou fyzických činností v rámci procesu obstarávania podnikových hmotných vstupov. Zahŕňa efektívne riadenie informačných a materiálových tokov. Súčasťou riadenia informačných tokov je proces vybavovania objednávky.

Realizáciu zásobovacích činností v podniku zabezpečuje útvar zásobovania, ktorý je obvykle súčasťou obchodného, resp. výrobného úseku v závislosti od veľkosti podniku.

„Organizácia zásobovania teda závisí od špecifikácie nižšie uvedených hľadísk:

- *charakteru výrobku,*
- *veľkosti podniku,*
- *rozmiestnenia dodávateľov.” [4, s.54]*

„Spôsoby obstarania materiálu:

a) Náhodné

- *dodávka je realizovaná bezprostredne po vzniku potreby,*
- *obstaranie od prípadu k prípadu,*
- *zákazková výroba*

b) Do zásoby

- *skladové obstarávanie,*
- *skladovanie plní synchronizačnú funkciu a zabezpečenie plynulosti výroby,*

c) Bez skladové

- *dodaný materiál smeruje priamo do výroby (JIT),*
- *tzv. Synchronne obstarávanie, keďže tu odpadá potreba synchronizačnej funkcie skladovania,*
- *nevyhnutným v tomto prípade sú kvalitné dodávateľsko-odberateľské vzťahy.” [4, s.54]*

1.4.1 Nákupná logistika

Nákup je jedným z najdôležitejších podnikových aktivít a predstavuje funkčnú činnosť podniku, ktorou začína transformačný proces v ňom prebiehajúci. Nákupom sa označujú všetky činnosti podniku, ktoré majú za cieľ získanie hmotných i nehmotných vstupov do podniku.

Neide teda iba o to, aby bol podnik pravidelne zásobovaný požadovaným sortimentom surovín, materiálu a dielov, tj. v správnom čase, na požadovanom mieste a za prijateľné ceny, ale je nutné si pri rozhodovaní o vstupoch ujasniť, čo je v danej súvislosti správne pre celkovú optimalizáciu logistického reťazca. Ide o strategické rozhodnutia s dlhodobými účinkami. Nákup teda možno charakterizovať ako komplex aktivít podniku súvisiacich so stanovením potrieb materiálových zdrojov na zabezpečenie predmetu činnosti podniku a spojených s ich obstarávaním, dopravou, príjmom, distribúciou vstupov, skladovaním, riadením zásob a ich prípadnou úpravou pred odovzdaním do výroby, kontrolou a reklamáciou u nekvalitných vstupov.

Nákup je činnosť, ktorá je spojená so zabezpečením vstupov pre efektívnu prácu ďalších procesov. Jedná sa o proces prebiehajúci prevažne na začiatku logistického reťazca, a keďže v konečnom dôsledku kvalitu výsledných produktov určuje vo veľkej miere kvalita vstupov je možné konštatovať, že nákup predstavuje rozhodujúci článok podnikateľských činností. [12]

„K základným predpokladom úspešného nákupného procesu patrí:

- *ponímanie nákupu ako súčasť hodnototvorného reťazca,*
- *budovanie a podpora kvalitných a dlhodobých dodávateľsko-odberateľských vzťahov,*
- *rozhodnutia na strategickej úrovni centralizovať, na operatívnej úrovni decentralizovať,*
- *plnenie rámcových zmlúv,*
- *špecifikácia produktov a služieb podľa požadovaných kritérií – aplikácia analýzy ABC,*
- *definovanie optimálneho bodu objednávky,*
- *dokonalá špecifikácia potrieb spätá s výsledným produktom nadväzujúca na strategické ciele podniku,*
- *definovanie optimálnej výšky objednávky,*
- *flexibilná a kvalitná analýza nákupného trhu – hodnotenie dodávateľov,*
- *transparentné procesy.*” [12, s.87]

Dôležitým článkom zabezpečenia kvalitného nákupného procesu je aj kupujúci. Kupujúci musí disponovať istými vedomosťami ako napr. oblasti, ktoré sa týkajú technických parametrov produktu, legislatívnych požadoviek, organizácie, jazykových znalostí, zároveň by mal mať mimoriadne osobné schopnosti ako komunikatívnosť, vytváranie a udržiavanie medziľudských vzťahov, vysokú morálku lojalitu k podniku. [12]

1.4.2 Strategický nákup

Strategický nákup predstavuje všetky aktivity smerujúce k zabezpečeniu optimálnych podmienok dodávok nevyhnutných pre zabezpečenie transformačného procesu podniku, t.j. aktivity od vyhľadávania nových dodávateľov, vyjednanie dodacích podmienok, kontrakčná činnosť až po hodnotenie kvality dodávateľov.

Nákupcovia, resp. pracovníci zodpovední za strategický nákup často definujú aj podmienky, za ktorých si objednávateľia (často označovaní ako interní zákazníci) môžu konkrétnu komoditu alebo službu objednať. [12]

„Súčasťou koncepcie strategického nákupu je teda:

- ✓ Zabezpečovanie dlhodobého vývoja vlastných potrieb podniku,
- ✓ zisťovanie, sledovanie a dlhodobé zabezpečovanie zdrojov pre nákup hmotných vstupov do podnikového transformačného procesu,
- ✓ dlhodobé ekonomické usmerňovanie činnosti útvaru zásobovania s prihliadnutím na náklady,
- ✓ dlhodobé aktívne ovplyvňovanie tvorby nového výrobku, jeho zdokonaľovanie a racionálne premeny,
- ✓ dlhodobá starostlivosť o rozvoj a racionalizáciu organizácie, metód a techník práce atď.” [12, s.88]

Strategický nákup predstavuje súbor činností, ktoré smerujú nielen k tomu, aby si podnik zabezpečil hmotné v požadovanej kvalite, cene, množstve, ale jedná sa o komplexný pohľad na problematiku nákupu.

„Strategický nákup je teda možné definovať do troch východiskových fáz:

1. *Identifikácia a tvorba nákupného portfólia.*
2. *Optimalizácia nákupného procesu.*
3. *Zlepšovanie dodávateľsko-odberateľských vzťahov.” [12, s.88]*

Výsledkom vyššie uvedených fáz strategického nákupu je vytvorenie nákupnej stratégie podniku. Tá predstavuje súbor činností cieľom, ktorých je pripraviť na základe poznatku o výrobku, o podmienkach výroby a o dostupnosti materiálových zdrojov na obstarávacích trhoch optimálny variant materiálového riešenia daného výrobku. [12]

„Súčasťou nákupnej stratégie sú teda nasledovné stratégie:

- **Sortimentná stratégia:** orientácia na progresívne, a čo najefektívnejšie nakupované vstupné materiály a komponenty s cieľom uspokojiť všetky požiadavky vnútro podnikovej spotreby pri optimálnej cene a požadovanej úrovni kvality.

- **Rozhodovanie Make-or-Buy:** rozhodovanie o potrebe výroby, nákupu substitúcií, resp. kooperácii jednotlivých sortimentných položiek. Hľadanie optimálnej cesty zabezpečenia podnikových hmotných vstupov.
- **Cenová stratégia:** zamaraná nie na minimalizáciu nákupných cien, ale na dlhodobé zaistenie podmienok nákupu, ktoré zabezpečia, čo najlepšie plnenie strategických cieľov podniku.
- **Stratégia nákupných podmienok:** snaha o dosiahnutie optimálnych platobných, dodacích, servisných a garančných podmienok v rámci dodávateľsko-odberateľských vzťahov
- **Stratégia dodávkových ciest:** rozhodovanie o parametroch zásobovacej logistiky (doprava, skladovanie, manipulácie), t.j. fyzické zabezpečenie podnikových hmotných vstupov.
- **Stratégia riadenia zásob:** rozhodovanie o parametroch riadenia zásob, t.j. optimalizácia systému dopĺňovania zásob vzhľadom na diferenciu jednotlivých položiek, tvorba normatívov zásob.” [12, s.89]

„Pri formulovaní nákupnej stratégie sa podnik snaží o efektívne dosiahnutie cieľov nákupu, ktoré sa všeobecne týkajú:

- Postavenia podniku na obstarávacom trhu.
- Vymedzenia funkcie nákupu v podniku.
- Budovania vzťahov s dodávateľmi.
- Budovania vzťahov s ostatnými subjektmi na trhu.
- Špecifikácia oblasti pre potenciálnu substitúciu nakupovaných hmotných vstupov.
- Zvýšenia výkonnosti a optimalizácie logistického systému.” [12, s.89]

„Nákupná stratégia môže byť z hľadiska pozície podniku na obstarávacom trhu vo vzťahu k dodávateľom:

- a) **Pasívna:** využíva iba rámcové podmienky stanovené zo strany dodávateľov pre rozhodovanie sa pri nákupe, keďže pozícia podniku je na trhu slabá.

b) Aktívna: rámcové podmienky využíva ale aj mení, keďže si to v rámci svojej silnej pozície na obstarávacom trhu môže dovoliť.”

Existencia nákupnej stratégie podniku je zakladaným predpokladom správneho a efektívneho riadenia celého nákupného procesu. [12, s.89]

1.4.3 Doprava

Doprava zabezpečuje premiestňovanie produktov z miesta, výroby do miesta spotreby, resp. uskutočňuje pohyb dopravných prostriedkov po dopravných cestách.

„Základné funkcie dopravy:

- a) Primárna funkcia : jedná sa o vlastnú prepravu a prevážanie tovaru a s tým spojené funkcie zaskladňovacích operácií.*
- b) Sekundárna funkcia: zabezpečovanie výstavby a údržby dopravných ciest a zaistenie bezpečnosti prevádzky.”* [12, s.70]

Presun v priestore v súvislosti s dopravou má hodnototvorný charakter, resp. na určitú vzdialenosť pridáva produktu hodnotu, ktorá sa nazýva prínos miesta. Taktiež sa vo veľkej miere podieľa na úrovni zákazníckeho servisu, ktorý je možné vyjadriť spokojnosťou zákazníka. Cieľ dopravy je možné vyjadriť ako zabezpečenie presunu produktov na trh včas, nepoškodený, v požadovanom množstve a kvalite. [12]

1.4.4 Prepravný systém

Prepravný systém vytvára prepravné reťazce, t.j. súbor dopravných prostriedkov a systémov vrátane miest nakládky, vykládky, prípadne prekládky tovaru s cieľom dosiahnuť optimálny výkon pri minimálnych nákladoch. [12]

Preprava je časť dopravy, ktorou sa priamo uskutočňuje premiestnenie osôb, resp. hmotných vecí dopravným prostriedkom.

Prepravca je osoba, resp.organizácia, pre ktorú sa premiestnenie realizuje

Dopravca je prevádzkovateľ dopravy.

Prepravný systém vytvára prepravné reťazce, t.j. súbor dopravných prostriedkov a systémov vrátane miest nákladky, vykládky, prípadne prekládky tovaru s cieľom dosiahnuť optimálny výkon pri minimálnych nákladoch.

„Prepravné prostriedky sú technické prostriedky umožňujúce uskutočnenie prepravy dopravným prostriedkom vo vhodných jednotkách, patria k nim napr:

- a) palety: nosná plošina bez, a s nadstavbou, slúži na uloženie tovaru, skladovanie, umožňuje manipuláciu obvykle pomocou vysokozdvížných a nízkozdvížných vozíkov,*
- b) prepravky: manipulačné obaly, resp. medzistupeň medzi spotrebiteľským balením a medzi paletovou jednotkou, rozmeru nadväzujú na štandardné európske palety, prepravky môžu byť nahradené kartónmi, najčastejšie pre fľaškové obaly,*
- c) ukladacie debny: prepravné prostriedky na úrovni základných manipulačných jednotiek, určené pre skladovanie materiálu a vo veľkoobchodných skladoch, nie sú určené pre obeh, väčšinou neopúšťajú areál,*
- d) kontajnery: prepravný prostriedok obvykle v tvare skrine s dverami s objemom väčším ako 1m^3 prispôsobený mechanizovanej manipulácii a skladovaniu,*
- e) prepravníky: prepravné prostriedky určené pre kvapalný, kašovitý, resp. sypký materiál, používané pre potreby medzioperačnej manipulácie v rámci výrobnéj haly, areálu,*
- f) výmenné nadstavby: prepravný prostriedok celkom alebo z časti uzavretý určený na premiestňovanie materiálu, použitie predovšetkým v cestnej alebo kombinovanej doprave, dočasne môže slúžiť ako mobilný zásobník, resp. sklad,*
- g) lichterý: člnové kontajnery určené k vnútrozemskej a námornej preprave a k súvisiacim ložným operáciám, jedná sa o uzavretý priestor, slúžia k premiestňovaniu voľne vloženého alebo paletizovaného materiálu v kontajneroch.” [12, s.71]*

1.4.5 Charakteristika prepravných technológií

Prepravné technológie chápeme ako vecné a časové na seba nadväzujúce usporiadanie prepravných úkonov v záujme hospodárnosti prepravy.

„Příklad technologického postupu prepravy tovaru v cestnej doprave zahŕňa nasledujúce kroky:

- *Dopyt po preprave zo strany zákazníka smerom k dopravcom,*
- *reakcia dopravcu – naplánovanie prepravy a predloženie ponuky,*
- *zákazník akceptuje ponuku a podá objednávku,*
- *potvrdenie prijatia ponuky zo strany dopravcu,*
- *doprovca určí konkrétne vozidlo pre prepravu, vodiča a odovzdá mu dispozície k preprave,*
- *pristavenie vozidla na požadované miesto nakládky, vodič sa nahlási príslušnej osobe,*
- *nakládka – fyzické prevzatie prepravovaného tovaru vodičom, nakládka vrátane zaistenia prepravovaného tovaru na vozidle, spracovanie, potvrdenie a odovzdanie prepravnej dokumentácie a sprievodných listín,*
- *vlastná preprava – prípadné sledovanie aktuálnej polohy vozidla, príp. stavu zásielky dopravcom alebo i prepravcom,*
- *príchod na miesto určenia, ohlásenie vodiča u kontaktnej osoby, ktorá skontroluje, či je prepravovaný tovar v poriadku, potvrdenie o prevzatí tovaru oprávneným príjemcom, vykládanie,*
- *odstavenie vozidla na miesto určenia,*
- *fakturácia,*
- *vyhodnotenie prepravy dopravcom a prepravcom.” [5, s.34]*

„Cestná nákladná preprava môže byť realizovaná ako:

- *Vozidlová zásielka – prepravovaná jednému odosielateľovi jednou jazdou vozidla, ak je jej hmotnosť viac ako 2500 kg alebo bez zreteľa na jej hmotnosť,*
- *príkládky (dokládky) – zásielky sú prepravované spoločne s inými zásielkami alebo pri takých jazdách vozidla, ktoré by sa museli vykonať bez nákladu,*

- *kusová zásielka – zásielka, ktorá sa prepravuje spravidla za zvláštnych prepravných podmienok.*” [5, s.34]

1.4.6 Kombinovaná preprava

Kombinovaná preprava patrí do intermodálnej dopravy, kde hlavnú časť prepravnej vzdialenosti pripadá železničnej, leteckej alebo vnútrozemskej vodnej doprave a miestny zvoz alebo rozvoz vykonáva cestná doprava. [10]

Intermodálna preprava (IPJ) - Premiestňovanie tovaru v jednej a tej istej nákladovej jednotke alebo cestnom vozidle, ktoré používajú postupne dva alebo viac druhov dopravy bez toho, aby sa s tovarom manipulovalo pri zmene druhu dopravy.

Naviac, termín intermodalita sa používa na opísanie dopravného systému, kde sa dva alebo viac druhov dopravy používa na prepravu tej istej nákladovej jednotky nepretržite, v prepravnom reťazci od dverí k dverám.

Multimodálna preprava - Multimodálna preprava je preprava nákladu viac ako jedným dopravným druhom z miesta odoslania do miesta určenia s priamym prekladaním tovaru z jedného dopravného prostriedku na iný. [15]

1.4.7 Ciele zásobovania

Strategickými cieľmi zásobovania sú znižovanie nákladov, zvyšovanie výkonov a zachovanie autonómie. Tieto ciele si navzájom odporujú, preto je potrebná taká voľba zásobovacích cieľov, aby boli v súlade s ostatnými podnikovými zámermi.

Za hlavný strategický cieľ podniku je možné považovať všeobecné zabezpečenie potenciálu úspešnosti a úlohou zásobovacej stratégie je podpora dosahovania tohto cieľa. Pri tvorbe zásobovacej stratégie sa využívajú informácie z nákupného trhu získané prostredníctvom

Dôležitou strategickou otázkou je rozhodovanie Make or Buy. Podnik sa musí rozhodnúť, či určitú súčasť hotového výrobku bude vyrábať, alebo nakupovať. Pri tomto rozhodovaní je dôležité porovnanie nákladov na obstaranie komponentu a na vlastnú výrobu komponentu. Tiež je potrebné brať do úvahy finančné, personálne, priestorové, technické možnosti podniku, spoľahlivosť dodávateľov, kvalitu ponuky a ďalšie faktory potrebné pre správne rozhodnutie. [4]

1.5 Logistika distribúcie

Produkty, ktoré vyrábajú početný a rozptýlení výrobcovia sa musia dostať k spotrebiteľovi alebo k ďalšiemu používateľovi, ktorému slúžia ako komponent pre jeho výrobok. Tento pohyb tovarov od výrobcu k spotrebiteľovi sa nazýva distribúcia. Distribúcia zahŕňa všetky aktivity, ktoré umožňujú prechod fyzického a dispozičného (prípadne len jedného) práva na produkty z jedného subjektu na iný.

Teória marketingu považuje distribúciu za jeden zo svojich najvýznamnejších nástrojov. Distribúciu chápe ako súbor operácií, ktorými sa dostáva produkt z oblasti výroby k dispozícii spotrebiteľovi alebo používateľovi v správnom množstve, kvalite, cene, mieste a čase. V marketingovom chápaní teda distribúcia znamená uplatnenie produktu na trhu. [3]

1.5.1 Podstata a význam distribúcie

Dnes je predaj produktov konečnému spotrebiteľovi alebo používateľovi priamo od výrobcov málo obvyklý. Medzi výrobcom a konečným spotrebiteľom je dlhý marketingový reťazec, ktorý sa skladá z rôznych marketingových sprostredkovateľov, ktorí plnia v distribučnej ceste rozličné funkcie. Veľkoobchodníci a maloobchodníci nakupujú tovar, stávajú sa jeho právoplatnými vlastníkmi a opäť ho predávajú so ziskom. Obchodní sprostredkovatelia, napr. makléri, zástupcovia výrobcov alebo obchodní zástupcovia, vyhľadávajú zákazníkov, jedajú v mene výrobcu, ale nepreberajú tovar zo svojho vlastníctva. Okrem týchto dvoch základných druhov sprostredkovateľov existujú ďalší – prepravné firmy, organizácie zabezpečujúce skladovanie tovaru, banky, reklamné agentúry, ktoré napomáhajú distribúciu tovaru od výrobcu k spotrebiteľovi, ale žiadny z nich nepreberá tovar do svojho vlastníctva ani

nesprostredková obchody. Túto skupinu sprostredkovateľov označujeme ako distribuční pomocníci.

Všetci marketingoví sprostredkovatelia vytvárajú spoločne distribučnú alebo marketingovú cestu, ktorou prechádza produkt od výrobcu k spotrebiteľovi.

Marketingové cesty predstavujú súbor vzájomne závislých organizácií, ktoré zabezpečujú prístupnosť produktov (hmotných i nehmotných) spotrebiteľom. Označujú sa aj ako distribučné kanály. [3]

Distribučný kanál

Súbor vzájomne závislých firiem a osôb, ktoré sa podieľajú na procese prístupňovania produktu a súvisiaceho servisu od výrobcu ku konečnému spotrebiteľovi alebo na ďalšie spracovanie.

Výrobcovia zapojením sprostredkovateľov do pohybu tovaru k spotrebiteľovi získajú omnoho viac, ako strácajú. Distribuční pomocníci, čiže sprostredkovatelia medzi výrobcom a spotrebiteľom vykazujú vyššiu efektívnosť, čiže účinnosť tejto činnosti, než akú by boli schopní podať výrobcovia. [3]

Funkcie distribučných ciest

Distribučná cesta zabezpečuje tok tovaru od výrobcu k spotrebiteľovi. Prekluje časové, priestorové, sortimentové a vlastnícke diskrepancie, čiže rozdiely medzi výrobou a spotrebou. Účastníci distribučnej cesty zabezpečujú množstvo ďalších funkcií potrebných pre plynulý tok tovaru.

„Ide o tieto funkcie:

- *výskum trhu – získavanie informácií, ktoré sú potrebné na plánovanie a podporu výmeny tovaru,*
- *marketingová komunikácia odbytu – spracovanie a rozširovanie presvedčivých komunikačných informácií o ponúkaných produktoch,*
- *získavanie kontaktov – hľadanie a nadväzovanie vzťahov s potenciálnymi odberateľmi,*
- *transformácia sortimentu – prispôbenie ponuky potrebám zákazníkov; táto úloha obsahuje také činnosti, ako sú napr. tvorba, triedenie skupín tovaru, kompletizácia a balenie,*
- *vyjednávanie a sprostredkovanie – dosiahnutie dohody o cene a ostatných podmienkach, aby sa mohol uskutočniť prevod majetku alebo vlastníctva,*

- *fyzická distribúcia – doprava a skladovanie tovaru,*
- *financovanie – zaobstaranie a využitie finančných prostriedkov na úhradu nákladov odbytových aktivít,*
- *preberanie rizika – preberanie rizík súvisiacich s uskutočňovaním odbytových činností.” [3, s.12]*

Prvých päť funkcií prispieva k tomu, aby sa uskutočnili obchodné transakcie, posledné tri napomáhajú plniť uzavreté zmluvy.

„Ciele distribučnej cesty výrobcu ovplyvňuje päť faktorov:

- *charakter produktov,*
- *firemná politika,*
- *sprostredkovatelia,*
- *konkurencia,*
- *prostredie.” [3, s.12]*

2 ANALÝZA LOGISTICKÝCH PROCESOV V SPOLOČNOSTI MAMA KIDDIES SLOVENSKO, S.R.O.

Spoločnosť MamaKiddies SLOVENSKO s.r.o. bola založená v roku 2015. Je to firma, ktorá sa zaoberá výlučne s detským sortimentom. V jej ponuke sa môže nájsť mimoriadne široký sortiment kvalitných produktov – od kočíkov, bezpečnostných autosedačiek cez dizajnový detský nábytok až po praktickú výbavu na kŕmenie.

Okrem obrovského množstva produktov sledovaný e-shop tvoria aj zaujímavé novinky, rozličné akcie ako napríklad letná akcia, zimná akcia, super ceny, black November a pod. Cieľom celej spoločnosti je zákazníkom ponúkať profesionálne a vysoko kvalitné produkty, o ktoré sa stará široká sieť distribútorov vo všetkých

krajoch Maďarskej republiky a na Slovensku. Sloganom spoločnosti MamaKiddies Slovensko s.r.o. je *Zákazník je náš pán.*



Firma má centrálny sklad v Slovenskej republike, presnejšie v obci Nána s centrálnym sídlom v Malých Kosihách.

Obr. 2.1 Logo spoločnosti Mama Kiddies SLOVENSKO, s.r.o.

Zdroj: [18]

2.1 Predmet podnikania

Predmetom podnikania spoločnosti MamaKiddies SLOVENSKO s.r.o., ktorý je uvedený vo Výpise z Obchodného registra Okresného súdu Nitra z roku 2015, sú nasledujúce činnosti:

1. „Kúpa tovaru na účely jeho predaja konečnému spotrebiteľovi (maloobchod) alebo iným prevádzkovateľom živnosti (veľkoobchod)“
2. „Sprostredkovateľská činnosť v oblasti obchodu“

3. „Sprostredkovateľská činnosť v oblasti služieb”
4. „Nákladná cestná doprava vykonávaná vozidlami s celkovou hmotnosťou do 3,5t vrátane prípojového vozidla „
5. „Prenájom hnutelných vecí”
6. „Reklamné a marketingové služby”
7. „Činnosť podnikateľských, organizačných a ekonomických poradcov”
8. „Počítačové služby”
9. „Prenájom nehnuteľností spojený s poskytovaním iných než základných služieb spojených s prenájomom”
10. „Čistiace a upratovacie služby”
11. „Skladovanie”
12. „Uskutočnenie stavieb a ich zmien” [19]

2.2 Prijem objednávky od zákazníka

V súčasnosti si zákazník môže vybrať z dvoch spôsobov vytvorenia objednávky:

- Objedávka priamo v kamennej predajni
- E- shop

Pri osobnom objednaní v kamennej predajni a následnom odbere produktov nie je potrebné nahlasovať žiadne náležitosti vopred. Všetky potrebné náležitosti sú vyriešené predavačkou priamo na mieste, kde je taktiež vytvorená záväzná objednávka a následne vystavená faktúra s dobou platnosti, resp. je objednávka zaplatená v hotovosti.

Medzi všeobecné podmienky vytvorenia záväznej objednávky cez e-shop, patrí uvedenie základných údajov o odberateľovi ako sú meno a priezvisko, tel. číslo, emailová adresa a adresa doručenia objednávky. Kliknutím na položku *objednať* sa zákazník zaväzuje objednaný tovar prebrať s povinnosťou platby.

Zákazník má právo na vrátenie tovaru do štrnástich dní odo dňa dodania tovaru. Faktúru objednávateľ dostáva papierovou formou v zásielke, firma elektronickú faktúru posiela na požiadavku zákazníka.

2.3 Skladovanie

Nakoľko analyzovaná firma ponúka bohatý sortiment pre zákazníkov, tovar skladujeme okrem centrálného skladu aj vo vedľajšom sklade, v jednej garáži, a taktiež v kamennej predajni. Umiestnenie tovaru je vo veľkej miere ovplyvnený dopytom.

„Výrobky delíme podľa dvoch kategórií:

- *Malé*
- *Veľké*

1. *Malé* - pri skladovaní týchto výrobkov sa berie ohľad na ich značku.

- Skladovanie v kamennej predajni – tu skladujeme výrobky značky Baby Care, Philips Avent, Baby Bruin, Nuvita a MAM*
- Skladovanie na centrálnom sklade – tu sa skladujú výlučne výrobky značky Baby Mix*

2. *Veľké* – pri týchto výrobkoch sa berie ohľad na dopyt zo strany zákazníka.

- Centrálny sklad – tu sa nachádzajú tie výrobky, po ktorých je dopyt veľmi vysoký*
- Vedľajší sklad – tu skladujeme tie výrobky, ktoré majú nižší dopyt*
- Skladovanie v garáži – tu sa nachádzajú tie výrobky, ktoré majú vyššiu cenu, a preto sa skladujú bezpečnejšie ako iné produkty.”*



Obr. 2.2 Vedľajší sklad

Zdroj: Vlastné spracovanie

2.4 Zásobovanie

V tejto časti mojej práce sa zaoberám otázkami ohľadom zásobovania. Otázky boli položené dvom zásobovateľkám sledovanej firmy. Pre obidve som pripravila 11 otázok a mojím cieľom je, aby som porovnala ich skúsenosti.

Na základe ich odpovedí som získala prehľad o základných informáciach, a preto mám aj väčší prehľad o ich práci.

2.4.1 Odpovede zásobovateľky č. 1

Pracuje pre túto firmu už 5 rokov, a tak sa so mnou podelila o 5 ročné skúsenosti.

Odpovede prvej zásobovateľky na moje otázky:

1. Na základe čoho sa vyberá objednávaný sortiment?

- Sortiment sa objednáva na základe dopytu..

2. Odkiaľ sa objednáva tovar?

- Tovar objednávame od výrobcu alebo ak má firma distribútora na Slovensku, v tom prípade aj od neho.

3. Postup objednávania:

- Najprv sa predstavia, povedia, čím sa naša firma zaoberá, aké máme pobočky a web stránky, aké máme očakávania od tovaru, napr. vlastné logo a či nám dopravu zaobstarajú alebo to máme riešiť sami.
- Opýtajú sa aký je minimálny počet pre možnosť objednania, a takisto, či sú nejaké akcie v prípade väčšieho množstva objednaného tovaru.
- Keď sa dohodnú, objedná tovar a výrobca alebo distribútor pošlú faktúru. Väčšinou platia zálohu, to závisí od distribútora koľko si vypýta, alebo ak ide o dlhoročného partnera, aj naša firma sa môže rozhodnúť koľko pošle ako zálohu.

4. Podľa čoho závisí termín objednávania?

- Závisí od toho, ako sa míňa tovar, alebo ak zavolá distribútor, že výrobky budú drahšie, tak v tom prípade ešte vedía objednať jednu objednávku podľa starých cien.

5. Od čoho závisí objednanie nového sortimentu, ktorý sa u našej firmy doteraz nedal zakúpiť?

- Popozerajú sa aj u konkurencii, aký majú sortiment, taktiež sa pýtajú kolegy v kamennej predajni, ktoré výrobky sú najhl'adanejšie. Inšpirujeme sa aj reklamami, časopismi.

6. Ako dlho trvá kým dorazí nový tovar a od čoho závisí táto doba dodania.?

- Závisí od začatia výroby a kedy nám vedia vyrobiť požadované množstvo. Pokiaľ ide o veľkosklad, doba dodania závisí od toho, či je tovar na sklade.

7. Po ktorom výrobku je najväčší dopyt?

- Je to veľmi individuálne, ale asi po výrobkoch, ktoré sú na každodenné použitie ako napríklad cumlíky a aj z tých hlavne značky Philips Avent.

8. Objednávame na základe toho, či je tovar kvalitný alebo finančne dostupný?

- Dôležitá je aj cena aj kvalita, ale skôr podľa cien.

9. Kto sa rozhoduje o spôsobe dodania tovaru?

- Až doteraz sme pracovali len s takými distribútormi, ktorí zaobstarali aj dodanie. Nájdu dopravcu a zisťujú cenovú ponuku.
- Naša prvá zásobovateľka sa vždy snaží s dopravcami sa na cene dohodnúť, hlavne ak ten predošlý dopravca ponúkal lepšie ceny.

10. Objednávka sa uskutočňuje len v rámci Európskej Únie?

- Doteraz sa objednávalo len v rámci Európskej Únie, a to z Poľska, Maďarska, ale teraz spolupracujeme aj s distribútormi z Ruska.

11. Objednávku uskutočňujeme výlučne cez internet alebo aj cez e-mail a telefón?

- To závisí od distribútora. Naša prvá zásobovateľka má najradšej, keď je objednávka „čierna na bielom“, aby neprišlo k nedorozumeniam. Máme však aj takého distribútora, od ktorého objednáva cez telefón. Ale podľa jej skúseností aj distribútori majú radšej objednávky, ktoré sú napísané „čierna na bielom“.

2.4.2 Odpovede zásobovateľky č. 2

Pracuje pre túto firmu už 2,5 rokov, a tak sa so mnou podelila o 2,5 ročné skúsenosti.

Odpovede druhej zásobovateľky:

1. Na základe čoho sa vyberá objednávaný sortiment?

- Naša druhá zásobovateľka si tovar vyberá podľa toho, že v danom mesiaci sa čoho minulo najviac. Vždy si vyberie navyhľadávanejší tovar.

2. Odkiaľ sa objednáva tovar?

- Objednáva od výrobcu, s ktorým máme zmluvu. Je však otvorená aj novým možnostiam.

3. Postup objednávania:

- Objednáva najvyhľadávanejší tovar od výrobcu. Ak je s tovarom všetko v poriadku, ale po danej farbe nie je taký dopyt, tak daný tovar objedná ale v inej farbe alebo s iným vzorom.
- Podľa predaja napíše zoznam výrobkov a pošle výrobcovi. Vyplatí sa záloha a začne sa výroba.

4. Podľa čoho závisí termín objednávania?

- Objednávka sa uskutoční v čase, keď sa míňa tovar a snaží sa tovar objednať tak, aby sa dodal, kým sa nám dané výrobky minú.

5. Od čoho závisí objednanie nového sortimentu, ktorý sa u našej firmy doteraz nedal zakúpiť?

- Časom je potrebné aktualizovať web stránku aj kamenné predajne novým sortimentom. Vždy je potrebné objednávať aj novinky, aby si kupujúci mal z čoho vyberať.

6. Ako dlho trvá kým dorazí nový tovar a od čoho závisí táto doba dodania?

- V prvom rade od doby výroby, ale ak všetko ide bez problémov, tak po 3 mesiacoch po zaplattení zálohy máme tovar na sklade.

7. Po ktorom výrobku je najväčší dopyt?

- Po trojkombinačných detských kočíkoch.

8. Objednávame na základe toho, či je tovar kvalitný alebo finančne dostupný?

- Pokiaľ ide o túto firmu, výlučne sa pozeráme na financie.

9. Kto sa rozhoduje o spôsobe dodania tovaru?

- Ona si vyberá spôsob dodania, ale snaží sa nájsť najlepšiu a najrýchlejšiu cestu k dodaniu tovaru na náš sklad. V našom prípade ide o spoľahlivého dodávateľa, ktorý tovar dodá podľa našich požiadaviek. Z Číny príde kamiónom, potom loďou, následne ide tovar na vlak a na náš sklad už prichádza kamiónom.

10. Objednávka sa uskutočňuje len v rámci Európskej Unie?

- Naša druhá zásobovateľka objednáva mimo Únie, a to z Číny.

11. Objednávku uskutočňujeme výlučne cez internet alebo aj cez e-mail a telefón?

- Výlučne e-mailom, aby sme mali o objednávke potvrdenie.

2.4.3 Analýza tržieb v jednotlivých rokoch

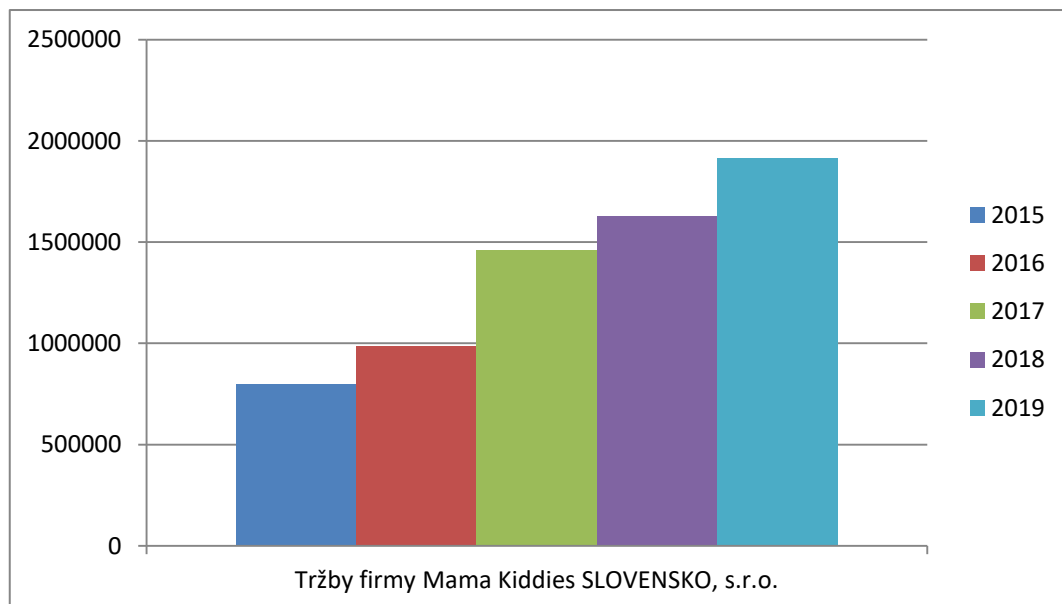
V danej kapitole som porovnala sledované roky 2015 – 2019 na základe štatistiky tržieb analyzovanej firmy a vyhodnotila som a znázornila pomocou tabuľky a grafu.

2.1 Porovnanie predaja jednotlivých tovarov v (€)

Tržby firmy Mama Kiddies SLOVENSKO, s.r.o.	2015	2016	2017	2018	2019
	800.000	986.522	1.461.164	1.627.093	1.913.057

Zdroj: Vlastné spracovanie

Zo sledovaného obdobia 2015 – 2019 som dospela k záveru, že miera evidovaných tržieb postupne stúpala, čo je viditeľné aj na nižšie uvedenom grafe. Na základe spracovaných štatistických údajov som zistila, že v roku 2015 bola najnižšia tržba. Príčinou môže byť, že sledovaný podnik vznikol v roku 2015.



Graf 2.1 Porovnanie tržieb v rokoch 2015 - 2019

Zdroj: Vlastné spracovanie

Z tohto vyplýva, že nakoľko z grafu som zistila, že je vysoký dopyt po produktoch, spoločnosť každý mesiac zvyšuje svoje tržby, ale stráca sa čas samotnými postupmi v sklade tým, že spoločnosť nedisponuje programom, ktorý by túto činnosť uľáčil.

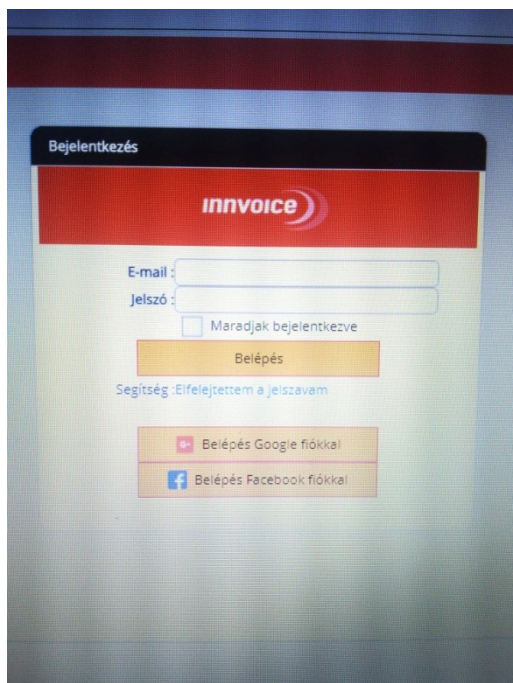
Firma má silný marketing a silnú reklamu. Mama Kiddies SLOVENSKO, s.r.o. zabezpečila reklamu aj na Instagrame, Facebooku, v novinách a aj v televíznych obrazovkách. Mnohokrát analyzovaná firma ponúka súťaž pre potenciálnych odberateľov prostredníctvom viacerých televíznych relácií.

Nakoľko sa spoločnosť neustále rokmi rozširuje, dopyt sa zvyšuje, predaj narastá, bolo by potrebné zaviesť elektronizáciu skladu.

3 NÁVRH ZEFEKTÍVNEŇA LOGISTIKY A ZÁSOBOVANIA SPOLOČNOSTI MAMA KIDDIES SLOVENSKO, S.R.O.

Cieľom každej firmy je jej správny chod a bezproblémový predaj. Ani sledovaná firma nie je výnimkou. Firma MamaKiddies Slovensko, s.r.o. už tiež zaviedla zopár stratégií k lepšiemu zorientovaniu sa pracovníkov. Sem napríklad patrí aj to, že keď nám zákazník zaplatí prevodom celú sumu objednávky, tak na jeho objednávkový formulár pripíšeme fajku, tým dávame najavo ostatným, že objednávka je bezproblémová. Ďalej by som tu uviedla kódy, ktorými disponuje každý jeden náš výrobok. Na základe týchto kódov sa zorientujú pracovníci, ktorí tovar balia, následne ho podajú kuriérom GLS, aby bol tovar doručený k zákazníkovi. Napriek mnohým opatreniam sa však stane, že zákazník z istého dôvodu reklamuje svoj tovar.

Pre nové nápady pre firmu som navštívila druhú firmu, kde som našla programy. Prvý program sa nazýva InnVoice a druhý UNAS.

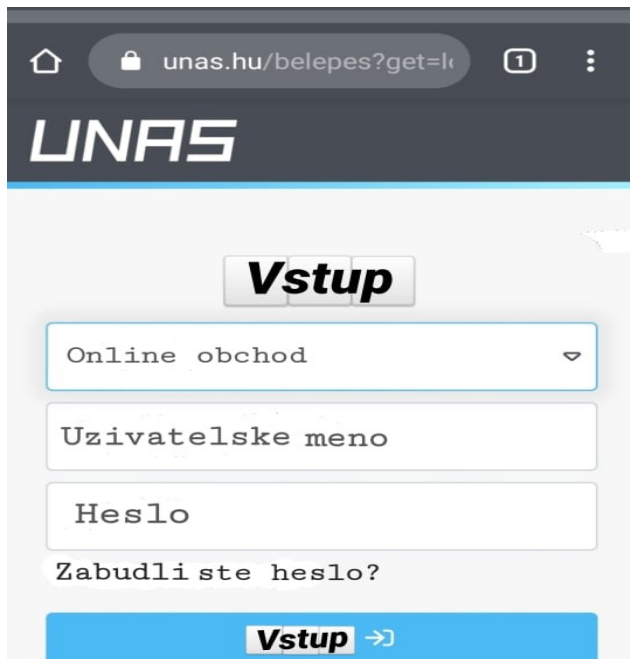


Obr. 3.1 Program InnVoice

Zdroj: Vlastné spracovanie

InnVoice – Ide o online program, ktorý obsahuje informácie o sklade, inventúrach a o príjmoch. Program funguje aj v rámci viacerých skladov. Pomocou tohto programu vieme sledovať, v ktorom sklade máme aký tovar a aj v akom množstve.

Nakoľko z vyššie uvedeného grafu vyplýva, že dopyt po výrobkoch neustále rastá z roku na rok, tým aj zásobovateľky týkajúcej sa firmy postupne strácajú prehľad v sklade. Tým pádom strávia viac času s inventúrou, čo sa každý týžden realizuje.



UNAS – Ide o platenú web stránku, s ktorou majú firmy zmluvy, ktorých cieľom je prijatie objednávok do administratívy. Každá firma má svoje vlastné prihlasovacie meno a heslo. Takto sa firmy ľahko orientujú, vedia koľko objednávok prijali za deň, v akej cene a v akej platobnej forme. Spomínaný program je prepojený s webstránkou danej firmy.

Obr. 3.2 Program UNAS

Zdroj: Vlastné spracovanie

Všetky objednávky analyzovanej firmy prichádzajú prostredníctvom e-mailov, v týchto správach sa nájdu aj informácie, ktoré sú spojené s reklamáciou, otázky ohľadom tovaru a spolupráca s našou firmou. Z tohto dôvodu sa často stáva, že okrem objednávok sa vytláčia aj iné druhy e-mailov.

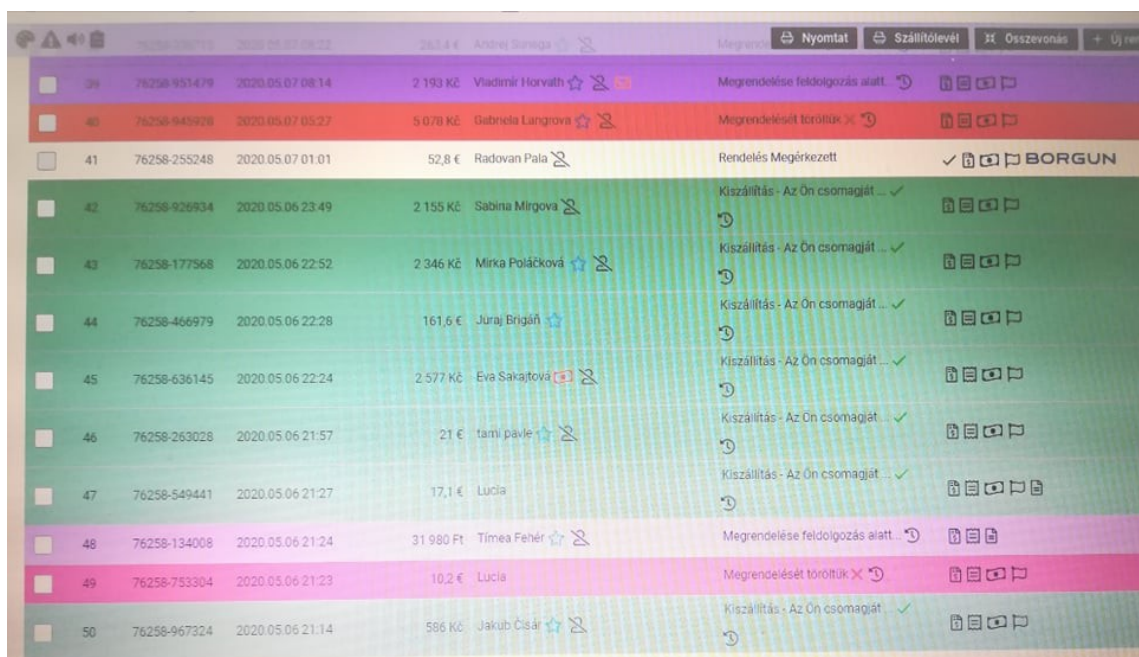
Práve kvôli týmto chybám by som rada zaviedla program UNAS. Program by uľahčil našu prácu aj v tom, že keď sa zákazník rozhodne niečo zmeniť vo svojej

objednávke, tento program nám poskytne možnosť zopár kliknutím vyriešiť jeho žiadosti, pričom cez e-mail to nie je možné.

Ďalej by som uviedla, že týmto programom by sme okamžite videli koľko máme prijatých objednávok v daný deň, v akej cene a v akej platobnej forme.

Ku každej objednávke prislúcha aj status:

1. Objednávka prijatá – biela farba
2. Objednávka sa spracováva – fialová farba
3. Objednávka ide k prepravcovi – zelená farba
4. Prevod prijatý – oranžová farba
5. Čakáme na financie – žltá farba
6. Objednávka vymazaná – červená farba



№	Objednávka číslo	Dátum prijatia	Cena	Objaviteľ	Status	Podrobnosti
39	76258-951479	2020.05.07 08:14	2 193 Kč	Vladimír Horváth	Megrendelése feldolgozás alatt.	🔍 📄 📧 📧
40	76258-848978	2020.05.07 05:27	5 078 Kč	Gabriela Langrova	Megrendelését töröltük.	🔍 📄 📧 📧
41	76258-255248	2020.05.07 01:01	52,8 €	Radovan Pala	Rendelés Megérkezett	✓ 📄 📧 📧 BORGUN
42	76258-926934	2020.05.06 23:49	2 155 Kč	Sabina Mirgova	Kiszállítás - Az Ön csomagját ...	🔍 📄 📧 📧
43	76258-177568	2020.05.06 22:52	2 346 Kč	Mirka Poláčková	Kiszállítás - Az Ön csomagját ...	🔍 📄 📧 📧
44	76258-466979	2020.05.06 22:28	161,6 €	Juraj Brigán	Kiszállítás - Az Ön csomagját ...	🔍 📄 📧 📧
45	76258-636145	2020.05.06 22:24	2 577 Kč	Eva Sakajtová	Kiszállítás - Az Ön csomagját ...	🔍 📄 📧 📧
46	76258-263028	2020.05.06 21:57	21 €	tami pavle	Kiszállítás - Az Ön csomagját ...	🔍 📄 📧 📧
47	76258-549441	2020.05.06 21:27	17,1 €	Lucia	Kiszállítás - Az Ön csomagját ...	🔍 📄 📧 📧
48	76258-134008	2020.05.06 21:24	31 980 Ft	Tímea Fehér	Megrendelése feldolgozás alatt.	🔍 📄 📧 📧
49	76258-753304	2020.05.06 21:23	10,2 €	Lucia	Megrendelését töröltük.	🔍 📄 📧 📧
50	76258-967324	2020.05.06 21:14	586 Kč	Jakub Čisár	Kiszállítás - Az Ön csomagját ...	🔍 📄 📧 📧

Obr. 3.3 Odberateľov status

Zdroj: Vlastné spracovanie

Pre zefektívnenie logistiky a zásobovania Mama Kiddies SLOVENSKO, s.r.o. odporúčam zaviesť už spomínané online programy s názvom InnVoice a UNAS.

Podľa môjho názoru by zrýchlili procesy vystavenia faktúry, procesy vytlačenia objednávkového listiny, prehľad objednávok, pracujúci by mali prehľad o objednávkach, o

výrobkoch v spomínanom sklade, zásobovateľky a pracujúci by získali viac času a tým by aj programy InnVoice a UNAS zlepšili aj samotný chod celej firmy.



Obr. 3.4 Hlavný sklad

Zdroj: Vlastné spracovanie

ZÁVER

V prvej kapitole bakalárskej práce som uviedla viaceré definície autorov. Zaoberala som sa s teoretickými vymedzeniami ako sú logistika, logistické systémy a ich členenie a logistika zásobovania.

V druhej časti som analyzovala vybraný podnik. Rozoberala som témy týkajúce sa predmetu podnikania, týkajúce sa skladovania. Opísala som taktiež aj príjem objednávky a procesy zásobovania. Porovnála som sledované tržby firmy rokov 2015 – 2019 pomocou tabuľky a grafu. Počas analýzy som zistila, že dopyt po produktoch sa postupne zvýšil, čiže tržba analyzovanej firmy postupne stúpala.

V poslednej kapitole som uviedla niekoľko návrhov na zefektívnenie logistiky a zásobovania spoločnosti Mama Kiddies SLOVENSKO, s.r.o.

Cieľom bakalárskej práce je analýza logistického systému v spoločnosti Mama Kiddies SLOVENSKO, s.r.o. a predloženie prípadných návrhov na zefektívnenie zásobovania a logistiky spoločnosti.

Pri písaní bakalárskej práce som využila odbornú literatúru a relevantné internetové zdroje, ktoré som považovala za prínosné pre moju prácu. Pri jej písaní som vychádzala z štatistických údajov analyzovanej firmy. Získané výsledky som použila a v práci analyzovala, interpretovala.

SÚPIS BIBLIOGRAFICKÝCH CITÁCIÍ

a) Odborná literatúra

[1] DANĚK, Ján a Miroslav PLEVNÝ. Výrobné a logistické systémy. 1. vyd. Plzeň: Západočeská univerzita, 2005. ISBN 80-7043-416-3.

[2] JEŘÁBEK, Karel. Logistika. 1. vyd. Praha: ČVUT, 2000. ISBN 80-01-01823-7

[3] KITA, Jaroslav a kolektív. Marketing. 2. Vyd. Bratislava: Ekonomická univerzita. 2005. ISBN 80-8078-049-8.

[4] KRÁLOVENSÝ, Jozef, SOSEDOVÁ, Jarmila a Marián ŠULGAN. Úloha obstarávacej logistiky pri optimalizácii nákladov. 1. vyd. In Strojárstvo. 2006. ISBN 1335-2938.

[5] LUKOSZOVÁ, Xenie a kolektív. Logistické technologie v dodávateľskom reťazci. 1. vyd. Praha: Ekopress s.r.o.. 2012. ISBN 978-80-86929-89-7.

[6] MACUROVÁ, Pavla a Naděžda KLABUSAYOVÁ. Praktikum z logistického managementu.. 3. vyd. Ostrava: ES VŠB-TU. 2002. ISBN 80-248-0104-3.

[7] PERNICA, Petr. Logistika pro 21. Století. 2. vyd. Praha: Radix. 2005. ISBN 80-86031-59-4.

[8] PRECLÍK, Vladimír. Priemyslová logistika. 1. vyd. Praha: ČVUT. 2006. ISBN 80-01-03449-6.

[9] SIXTA, Josef a Václav MAČÁT. Logistika: teorie o praxe. 1. vyd. Brno: CP Books. 2005. ISBN 9788025105733.

[10] SVOBODA, Vladimír. Doprava jako součást logistických systemu. 1. vyd. Radix. 2006. ISBN 80-86031-68-3.

[11] SVOBODA, Vladimír. Logistika. 2. vyd. 2003. Praha: ČVUT. 2003. ISBN 80-01-02735-x.

[12] TREBUŇA, Peter a Miriam PEKARČÍKOVÁ. Zásobovacia a distribučná logistika. 1. vyd. Košice: TU v Košiciach, Strojnícka fakulta. 2011. ISBN 978-80-553-0797-8.

[13] VANĚČEK, Drahoš. Logistika. 3. vyd. V českých Budějovicích. 2008. ISBN 978-80-7394-085-0.

[14] VIESTOVÁ, Kristína et. al. Lexikón logistiky. 2. vyd. Bratislava: Iura Edition. 2007. ISBN 978-80-8078-160-6.

b) Elektronické dokumenty

[15] Ministerstvo dopravy a výstavby Slovenskej republiky. Intermodálna preprava. [online]. 2015 [cit. 18.05.2015].

Dostupné z: <http://intermodal.sk/intermodalna-preprava/71s/>

[16] CZADRÓ, Štefan. Vývoj a história logistiky. [online]. 2008 . [cit. 25.09.2008].

Dostupné z : <http://m.czadro1.webnode.sk/news/vyvoj-a-historia-logistiky/>

[17] Zväz logistiky a zasielateľstva Slovenskej republiky. [online]. 2009. [cit. 02.04.2008].

Dostupné z: <https://zlz.sk/o-jelogistika/>

[18] Logo spoločnosti Mama Kiddies SLOVENSKO, s.r.o. [online].

Dostupné z: <https://www.google.sk/search.sk/search?source=mamakiddies+loho>

[19] Predmet podnikania Mama Kiddies SLOVENSKO, s.r.o. [online].

Dostupné z: <http://www.orsr.sk/vypis.asp?ID=322641&SID=9&P=1>

ZOZNAM SKRATIEK

- a pod. – a podobne
- atď – a tak ďalej
- č. – číslo
- € - euro
- JIT – Just in time
- napr. – napríklad
- resp. - respektíve
- s. - strana
- t.j. – to jest
- tzv. – takzvaný

ZOZNAM ILUSTRACIÍ A TABULIEK

Zoznam grafov

Graf 2.1 Porovnanie tržieb v rokoch 2015 – 2019	36
---	----

Zoznam obrázkov

Obr. 1.1 Koncepcia organizácie logistiky v podniku	13
Obr. 2.1 Logo spoločnosti Mama Kiddies SLOVENSKO, s.r.o.	28
Obr. 2.2 Vedľajší sklad	31
Obr. 3.1 Program InnVoice	38
Obr. 3.2 Program UNAS	39
Obr. 3.3 Obderateľov status	40
Obr. 3.4 Hlavný sklad	41


Zoznam tabuliek

Tab.2.1 Porovnanie predaja jednotlivých tovarov v (€)	36
---	----

ZOZNAM PŘÍLOH

- Príloha A** Vzor faktúry
- Príloha B** Skladová karta
- Príloha C** Příjemka
- Príloha D** Výdajka

Príloha A



SZÁMLA
FAKTÚRA

číslo
MSK 2020/01

DOČAVATEĽ
Mama Kiddies Slovensko S.R.O.
 Malé Kosihy

ODBERATEĽ
Ingrid Božíková
 Súmivá
 Gaštanová ulica 3
 843 01

Platobný mód	Számle kelte	Teljesítés kelte	Fizetési határidő
Számla alapján	Dátum vystavenia	Dátum dovozu	Dátum splatnosti
utárvet	2020.05.07.	2020.05.07.	2020.05.15.

Megnevezés	Mennyiség	M.a.	Egységár	Nettó érték	ÁFA	ÁFA érték	Bruttó érték
Név	Mennyiség	J.m.	Jegyzékes ár	Cena bez DPH	DPH	Hodnota DPH	Celková cena s DPH
Polkuvný puček	1	db	4,17	4,2	20%	0,8	5,0

	ÁFA	Nettó érték	ÁFA érték	Bruttó érték
	DPH	Cena bez DPH	Hodnota DPH	Celková cena s DPH
	20%	4,2 EUR	0,8 EUR	5,0 EUR
1 EUR = 349,99 Ft	20%	1,465 Ft	290 Ft	
Összesen Celková fakturovaná cena		4,2 EUR.	0,8 EUR.	5,0 EUR.

Fizetendő | Summa k úhradě
5,0 EUR.

Príloha C

FIRMA		PRÍJEMKA				Číslo	
Druh príjmu		Sklad (prijímajúci útvár)				Má dať	
		Dodávateľ (odovzdávajúci útvár)				Dal	
Číslo a dátum dodacieho listu		Počet, druh a označenie obalov			Spôsob dopravy		
Číslo a dátum prepravného dokladu							
Por. čís.	Kód podľa platnej JK	N á z o v	MJ	Množstvo		Cena za MJ	Spolu
				podľa dokladu	skutočne prevzaté		
Technická kontrola (dátum, podpis)				Číslo a dátum zápisu o vadách			
Poznámka o zápise do skladovej karty		Vyhotovil	Prevzal	Schválil	Kontroloval		
		Dátum, podpis	Dátum, podpis	Dátum, podpis	Dátum, podpis		

J + K

IGAZ 067

Autorka	Ingrid Božíková
Názov BP	Logistický systém spoločnosti Mama Kiddies SLOVENSKO, s.r.o.
Študijný odbor	Dopravná logistika
Rok obhajoby BP	2020
Počet strán	35
Počet príloh	4
Vedúci BP	Ing. Mgr. Anita Schniererová
Anotácia	Cieľom bakalárskej práce je analýza logistického systému v spoločnosti Mama Kiddies SLOVENSKO, s.r.o. a predloženie prípadných návrhov na zefektívnenie zásobovania a logistiky spoločnosti. V teoretickej časti sú definované logistické systémy a logistika zásobovania, história logistiky, typy, druhy ako aj chod spoločnosti Mama Kiddies SLOVENSKO, s.r.o.. V praktickej časti je analýza logistických procesov v spoločnosti Mama Kiddies SLOVENSKO, s.r.o. vyjadrená na grafoch a tabuľkách
Kľúčové slová	logistický systém, analýza, zásobovanie
Miesto uloženia	ITC (knihovna) Vysoké školy logistiky v Prešove
Signatura	