



OBCHODNÁ LOGISTIKA A NÁKUPNÉ SYSTÉMY V LOGISTICKOM PONÍMANÍ

PETER TREBUŇA – JOZEF MIHOK

COMMERCIAL LOGISTICS AND SOURCE SYSTEMS IN LOGISTIC UNDERSTANDING

ABSTRAKT

Obchodná logistika predstavuje významnú časť celkovej logistiky, zameranú na obeh tovaru. Predkladaný príspevok sa zameriava na opis činností komerčnej logistiky. Zároveň sa zameriava na charakteristiku logistického nákupu ako z pohľadu malo, tak z pohľadu veľkoobchodu.

Kľúčové slová: logistika, nákup, ciele obchodnej logistiky, cena.

ABSTRACT

Commercial logistics presents responsible element of general logistics, beard on circulation of the goods. Submitted article is surveying on description of logistic commercial activities. At the same time it survey on characterization of logistic purchasing, from the point of view retail trade and wholesale, too.

Key words: logistics, purchasing, purposes of commercial logistics, price.

ÚVOD

Logistika priemyselná (výrobná) zahŕňa logistické procesy v oblasti výroby, vrátane zásobovania surovinami, výrobnými prostriedkami, vrátane dopravy, vlastnej výroby, presunu materiálu vo vnútri výroby až po vlastný výstup tovaru z výrobného procesu.

Logistika obchodná (obehová) zahŕňa pohyb tovaru od výroby až po zákazníka, teda odbyt, dopravu, činnosť veľkoobchodu aj maloobchodu.

Logistický systém má tri hlavné podsystemy, ktoré rozoznávame podľa činností:

- materiálový podsystem - zahŕňa realizáciu materiálového toku,
- riadiaci podsystem - sem sa zahŕňa zložka plánovania, riadenia, kontroly, kladú sa otázky čo prepraviť, kedy, kam, za koľko atď.,
- informačný podsystem - ide o podchytenie údajov, ich spracovanie, prenos, vykazovanie, pri tom všetkom hrá veľkú úlohu presnosť a rýchlosť odovzdávania informácií.
- Podľa toku materiálu sa rozoznávajú dve hlavné oblasti - podsystemy logistiky:
- logistika priemyselná (výrobná) a
- logistika obchodná.

Priemyselná logistika je staršia, pretože koncentrácia výroby výrazne historicky predchádzala koncentracii obchodných činností. Veľké spoločnosti potrebovali riešiť racionálnym spôsobom pohyb veľkého rozsahu materiálov, tovarov a strojov. Preto v definíciách, ale aj v rade teoretických prác sa vychádza z logistiky priemyselnej. V súčasnej dobe je však ťažké povedať, ktorá z týchto dvoch hlavných častí je významnejšia z hľadiska uplatnenia.

Niekedy sa rozoznáva ešte samostatná logistika dopravná, ktorá sa uplatňuje najmä u dopravných organizácií a zahŕňa navyše prepravu osôb.

Obchodná logistika predstavuje významnú časť celkovej logistiky, zameranú na obeh tovaru. Najvýstižnejšie a najstručnejšie možno obchodnú logistiku definovať takto: „Obchodná logistika je vedecká a pragmatická disciplína zaoberajúca sa plánovaním, riadením a realizáciou toku tovaru a informácií tak, aby správna komodita bola v správnom čase na správnom mieste a s čo najnižšími nákladmi.“

Označenie za disciplínu vedeckú aj pragmatickú ukazuje súčasný rozvoj problematiky ako z hľadiska teoretického, tak z hľadiska praktických realizácií. Prednostné a rozsiahle empirické uplatňovanie disciplíny je však potrebné považovať za klad obchodnej logistiky.

Vlastná činnosť zahŕňa tri základné zložky - plánovanie, riadenie a realizáciu. Konkrétne zamerané úlohy podnikových plánov v obeh tovaru sú základom racionálnych riešení. Riadenie týchto procesov predstavuje jednak súbor toku informácií, jednak vlastné usmerňovanie logistických procesov. Významná je zložka realizácie, ktorá zabezpečuje praktické uplatňovanie nových poznatkov.

Ďalšie tri charakteristické rysy logistickej činnosti sú súčasne aj obsahom marketingu. Pokiaľ sa marketing snaží o výhodný a úspešne realizovaný predaj v kompletnom priestore a čase, potom logistika sa zaoberá zabezpečením procesu pohybu tovaru a procesu informácií, ktorých konečným výsledkom je „správna komodita v správnom čase na správnom mieste“.

Poslednou zložkou definície je požiadavka nízkych nákladov. Náklady obehu vo väzbe na pôvodnú nákupnú cenu (ktorá však môže byť rovnako modifikovaná logistickou cestou nákupu) predstavujú preto kriteriálnu funkciu obchodnej logistiky.

Logistické náklady nie sú pojmom celkom jednoznačne medzinárodne definovaným. Všeobecne sem patria náklady dopravy, ložných operácií, manipulácie, skladovania, manipulácie v predajni a baliacich procesov. V nákladoch na skladovanie je zahrnutá čiastka zodpovedajúca rozsahu zásob.

Pre logistiku je charakteristické komplexné poňatie pohybu tovaru, pre obchodnú logistiku teda pohyb tovaru od výroby k zákazníkovi, konečnému spotrebiteľovi.

CIELE OBCHODNEJ LOGISTIKY

Cieľ obchodnej logistiky má dve zložky:

- uspokojovať požiadavky odberateľov na požadovanej úrovni,
- pri minimalizácii celkových nákladov.

Pripomenieme, čo môžeme chápať pod kvalitou dodávateľského systému. Medzi základné požiadavky odberateľov patrí predovšetkým:

- druh a vhodnosť dodacích, prepravných a predajných obalov, vrátane spôsobu ich likvidácie a vhodnosti pre mechanizovanú manipuláciu,
- rýchlosť a rozsah dodávok zahrňujúce dobu odozvy na objednávku,

- stupeň pohotovosti a úplnosti dodávky a frekvenciu dodávok,
- spoľahlivosť dodávky v čase a rozsahu.

Kvalita dodávateľských služieb musí byť konkurencieschopná v rámci bežnej ponuky týchto služieb. Druhá zložka vyjadrená výškou nákladov kompletizuje celkový rozsah rozhodovacieho procesu. Je optimálne, ak obidve zložky sú pre odberateľa výhodné. Často sa však stáva, že vysoká kvalita dodávateľských služieb vedie k tolerovaniu vyšších nákladov a naopak výrazne nízke náklady logistického systému tolerujú nižšiu úroveň dodávateľských služieb.

LOGISTICKÉ CESTY TOVARU

Logistické cesty tovaru často nazývané tiež distribučnými kanálmi predstavujú hlavnú charakteristiku pohybu tovaru s uvedením jednotlivých článkov.

Je potrebné rozlišovať fyzické cesty tovaru a informačné cesty, ktoré nemusia byť vždy totožné.

Informačné cesty súvisiace s fyzickým pohybom tovaru predstavujú ponuku, objednávku, sprievodné doklady k tovaru, faktúru, pohyb peňazí, reklamáciu a jej vybavenie.

Cieľom logistických ciest, distribučných kanálov, je zaistiť dobre fungujúci systém a to s najnižšími nákladmi. Racionálne usporiadané cesty tovaru vrátane racionálneho rozloženia zásob, dobrých dodacích a platobných podmienok, efektívneho systému objednávok - to je základ obchodnej logistiky.

Základnou otázkou je, aká cesta, prípadne aký počet článkov na ceste tovaru od výroby k zákazníkovi, je optimálna. Pre konkrétne skupiny tovaru, druhy predajní a druhy obchodných firiem budú existovať rôzne najvýhodnejšie možnosti.

Distribučné kanály možno podľa tradičnej koncepcie chápať ako spojenie výrobcov a obchodných sprostredkovateľov, ktorí priamo uskutočňujú prevod produktu alebo vlastníctva. Systémová koncepcia berie do úvahy aj špecifické funkcie distribúcie a charakterizuje distribučný kanál ako súbor subjektov uskutočňujúcich v súlade so zámermi marketingu toky reálnych, materiálnych a informačných statkov.

Pri výbere distribučného kanála musíme zohľadniť funkcie jednotlivých členov kanála. Pri vhodnom výbere sa totiž znižujú náklady a ceny výrobkov. Berie sa do úvahy najmä systém spracovania a rozširovania informácií o produktoch, spôsobe hľadania a nadväzovania kontaktov, prispôsobovania ponuky potrebám zákazníkov, vyjednávanie dohody o cene, o spôsobe dopravy a skladovania tovaru, financovania, ale aj odhad neistoty a rizika, ktoré je spojené s odbytom. Až po zohľadnení týchto podmienok, dochádza k výberu distribučnej cesty pre produkty. Predajné cesty sú rôzne a závisia predovšetkým od druhu tovaru, miesta realizácie, možnosťou dopravy a pod.

NÁKUP V LOGISTICKOM PONÍMANÍ

Významný podiel v nákupe patrí marketingu a komerčnej praxi. Tá rozhoduje o druhu tovaru, o jeho výhodnosti, o cenovej politike, o reklame, o predajných akciách. Logistika zabezpečuje pohyb tovaru, úsporné riešenie prevádzky. Takto je potrebné chápať aj poňatie nákupu. Hľadáme lacné zdroje nákupu, zabezpečujeme rýchle reakcie na potrebu nákupu t.j. aj možnosť zníženia zásob, požadujeme spoľahlivosť a pravidelnosť dodávok a zabezpečenie vhodných dodacích logistických podmienok, ako je vhodné zabalenie, vhodné druhy obalov, označenie a pod.

Nákup v logistikom poňatí preto rieši predovšetkým tieto otázky:

- kde nakúpiť,
- ako prepraviť,
- ako objednávať,
- ako baliť a vytvárať manipulačné jednotky,
- ako dodávať,
- ako riadiť pohyb tovaru.

POSTUP NÁKUPU

Postup nákupu spotrebného tovaru možno charakterizovať v niekoľkých bodoch. V prvom rade ide o výber sortimentu, o to, aké skupiny a aké druhy tovaru potrebujeme nakúpiť. Druhou súčasťou je špecifikácia potreby tovaru. Táto špecifikácia má dve časti. Jednou je očakávaný predaj, druhou je zmena výšky zásob. Ďalšou zložkou všeobecného postupu je vyhľadávanie vhodných nákupných prameňov. Výber veľkoobchodu je väčšinou otázkou regionálnej povahy, voľba výrobcu býva otázkou celoštátnou, pri rade sortimentov nemožno prehliadať ani miestnych výrobcov, najmä u čerstvého a rýchlo sa kaziaceho tovaru. Problematický je predovšetkým výber výrobného dodávateľa, kedy je potrebné získať údaje o možnom rozsahu potenciálnych dodávateľov. Po vyjasnení dodávateľa nasleduje formulácia dopytu, predkladaná odberateľom dodávateľovi. Odpoveďou na dopyt je ponuka výrobcu. V ďalšom postupe sa spracováva objednávka. Tento postup je obvyklý najmä medzi veľkoobchodom a výrobou, alebo medzi nezávislými partnermi. Záverečnou fázou je kontrola dodávky, ktorá nespočíva len v kontrole správnosti množstva a kvality tovaru, ale aj v kontrole druhu tovaru, v preverke plnenia zmluvných dohôd, vo vstupe došlého tovaru do evidencie a v spôsobe uhradenia dodávateľskej faktúry.

POSTAVENIE VEĽKOOBCHODU

Veľkoobchodom sa rozumie obchodná organizácia, ktorá nakupuje tovar vo veľkom, bez podstatnej zmeny, úpravy či čiastočného spracovania ho ďalej predáva maloobchodu, spracovateľom a veľkospotrebiteľom. Bežne sa však do veľkoobchodnej činnosti zahrňujú trhové úpravy tovaru, ako je praženie kávy, balenie ovocia a zeleniny, stáčanie vína, olejov ap.

Veľkoobchodom rozumieme v rámci európskych zvyklostí dve možné úrovne:

- samostatný veľkoobchodný podnik ako právny subjekt,
- ústredné sklady filiálkových podnikov, ktoré obsluhujú väčšinou len vlastné predajne. Tieto sklady sú buď vnútro podnikovou organizačnou jednotkou alebo aj samostatným právnym subjektom, pracujúcim na vlastný účet, ale ovládaným akcionármi, ktorým patrí filiálkový maloobchodný podnik.

Logistické požiadavky na organizáciu nákupu vo veľkom, ktoré sa týkajú prevažne veľkoobchodu a sčasti aj nákupných centráľ, je možné formulovať nasledovane:

- **Určenie kvality** tovaru – nejedná sa o marketingový výber, ale o zabezpečenie realizácie dohodnutej kvality. V rámci prípravy nákupu je potrebné charakterizovať, ako bude kvalita overovaná.
- **Dodacia lehota** - je kritériálnou podmienkou. Najobvyklejšia je tzv. bezprostredná dodávka, čo znamená dodávku do určitej lehoty po obdržaní objednávky. Táto dodávka má bežný štandard v rozsahu 48 hodín, vo veľkých firmách ide však o lehoty v rozsahu 24 hodín. Ďalšou formou je termínovaná dodávka, tzn. do určeného termínu, napr. do dvoch mesiacov alebo po skončení zberu úrody. Treťou možnosťou je fixná dodávka, ktorá stanovuje deň, prípadne aj hodinu dodávky, alebo maximálny termín v rámci určitého rozpätia. Pre veľké nákupy sú typické dodávky na odvolanie. Nakupujúci dohodne, že objednávka v určitom rozsahu a časovom rozmedzí bude odvolávaná buď priamo nakupujúcim, alebo jeho partnermi.
- **Miesto plnenia** - miesto, kde vlastníctvo a nebezpečenstvo z prepravy prechádza na odberateľa.
- **Prevádzkovo logistické podmienky.** Ide o spôsob označenia spotrebného tovaru, o spôsob označenia prepravných obalov, o veľkosť balenia, o použité prepravné prostriedky, o spôsob spätného vrátenia či spôsob likvidácie obalov. Súčasne sa zabezpečujú aj sprievodné doklady, čo predstavuje nielen bežný dodací list, ale aj návody na použitie, reklamné prostriedky, záručné listy, zabezpečenie záručných opráv, zabezpečenie spôsobu poskytovania informácií, času, v ktorom budú informácie poskytované.
- **Cenové podmienky.** Okrem základnej ceny, t.j. marketingovo overenej nákupnej ceny tovaru, je potrebné v rámci logistiky stanoviť sústavu zrážok a prirážok podľa množstva odberateľov, podľa spôsobu platenia, podľa lehoty platenia, podľa požiadaviek na obaly ap.
- **Platobné podmienky.** Pomerne vzácné je využívané platenie vopred, či už za hotové alebo akreditívnom. Pre bežný spotrebný tovar sa platí buď pri odbere alebo do určitého termínu po dodávke. Tento termín môže byť rôzne dlhý, splácanie tovaru môže byť riešené aj po častiach. V takomto prípade hovoríme o obchodnom úvere.

POSTAVENIE MALOOBCHODU

Základnou požiadavku maloobchodu je pochopiteľne druh, kvalita a cena tovaru. Z logistického hľadiska však prístupujú ďalšie požiadavky na spôsob zaistenia nákupu, ktoré možno formulovať takto:

- pohodlný výber, najmä z hľadiska efektívnosti času,
- malý počet dodávok a ich vhodné načasovanie,
- rýchla odozva na objednávku,
- potrebná úprava tovaru a prijateľná veľkosť dodávky.

Maloobchod môže nakupovať priamo vo výrobe alebo u dovozcu spotrebného tovaru. Druhou možnosťou je nákup u samostatných veľkoobchodných podnikov. Tu sa ponúkajú rôzne možnosti:

- návšteva obchodného zástupcu veľkoobchodu v predajni,
- telefonická objednávka,
- písomná objednávka,
- objednávka pomocou výpočtovej techniky,
- objednávky podľa štandardu,

RUSKO, M. – BALOG, K. [Eds.] 2007:

Manažérstvo životného prostredia 2007 ▼▲▼ Management of Environment '2007
zo VII. konferencie so zahraničnou účasťou konanej 5. - 6. 1. 2007 v Jaslovských Bohuniach
Proceedings of the International Conference, Jaslovské Bohunice, 5-6 January 2007
Žilina: Strix et VeV. Prvé vydanie. ISBN 978-80-89281-18-3.

- objednávky vo vzorkovni,
- nákup v samoobslužnom veľkoobchode,
- nákup v regálovom veľkoobchode.

ZÁVER

Rôzne prieskumy venované racionalizácii vo výrobe dokazujú, že logistika je poslednou zostávajúcou oblasťou, v ktorej ešte možno dosiahnuť skutočné nákladové výhody. Cestami k zníženiu nákladov sú vyššia hospodárnosť v zásobovacom reťazci, znížené zásoby a predsa kedykoľvek zaručená disponibilita potrebných komponentov, krátke priebežné doby a pružné ovládanie variant. Predpokladom úspechu na tejto ceste je ale najvyššia kvalita k tomu použitej logistiky: správne a bezchybné komponenty musia byť dodané v krátkej lehote, presne a kompletne na správne miesto. Kvalita logistiky sa teda stáva rozhodujúcim činiteľom úspešnosti podniku.

Príspevok bol pripravený v rámci riešenia grantovej úlohy AV 4/0005/07: Využitie logistických sietí pri reštrukturalizácii podnikových procesov v malých a stredných priemyselných firmách.

ZOZNAM BIBLIOGRAFICKÝCH ODKAZOV

- [1] BOBKOVÁ, D.: *Zvyšovanie produktivity práce finálnych procesov v produkčných systémoch*. In: Transfer inovácií. č. 10 (2007), s. 243-245. Internet: <<http://web.tuke.sk/sjf-icav/stranky/transfer/10-2007/PDF/243-245.pdf>>. ISBN 9788080738327.
- [2] MAGULÁKOVÁ, Miriam: *Optimalizácia v riadení zásob podniku*. In: Procesný manažér. roč. 1, č. 2 (2006), s. 27-29. ISSN 1336-8680
- [3] MIHOK, J. - MALEGA, P.: *Cost effectiveness analysis*. In: *Socialno-ekonomičeskoje upravlenije: teorija i praktika*. vol. 10, no. 2 (2006), p. 32-35. ISSN 1813-7946.
- [4] TURISOVÁ, R.: *Modelovanie rizík v systémoch riadenia*. In: Transfer inovácií. č. 6 (2003), s. 178-181. ISBN 80-8075-075-X.
- [5] ŠUTAJ-EŠTOK, A. - TREBUŇA, P. et al.: *Všeobecná ekonomická teória*. 1. vyd.. Košice: TU SjF, 2006. 220 s. ISBN 80-8073-741-X.

ADRESA AUTOROV

Ing. Peter TREBUŇA, PhD., Technická univerzita v Košiciach, Strojnícka fakulta, Katedra manažmentu a ekonomiky, Nemcovej 32, 042 00 Košice, Slovenská republika, e-mail: >peter.trebuna@tuke.sk<

Prof. Ing. Jozef MIHOK, PhD., DMD GROUP, a.s., generálny riaditeľ, Kožušnícka 4, 91105 Trenčín, Slovenská republika, e-mail: >jozef.mihok@tuke.sk<

RECENZENT

Prof. Ing. Jozef KOVÁČ, CSc., Technická univerzita v Košiciach, Strojnícka fakulta, Katedra manažmentu a ekonomiky, Nemcovej 32, 042 00 Košice, Slovenská republika, e-mail: >jozef.kovac@tuke.sk<