

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

Logistika stavebnin Ferda's group

Logistics of the building supply store Ferda's group

Šárka Petříčková

Plzeň 2017

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Logistika vybrané firmy“

vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucího bakalářské práce za použití pramenů uvedených v příložené biografii.

V Plzni dne.....

.....

podpis autora

Poděkování

Ráda bych poděkovala vedoucímu bakalářské práce, panu doc. Ing. Petru Cimlerovi, CSc., za jeho pomoc při zpracovávání této práce, za jeho cenné připomínky a rady.

Dále bych chtěla poděkovat zaměstnancům a vedení společnosti Ferda´s group za poskytnutí informací užitečných při vypracovávání této bakalářské práce.

Obsah

ÚVOD.....	8
1 Logistika.....	9
1.1 Pojem logistika	9
1.2 Předmět logistiky.....	9
1.3 Logistické procesy.....	10
1.4 Definice logistiky	10
1.5 Podniková logistika	11
1.6 Cíle logistiky	12
1.7 Cíle podniku	14
2 Řízení toku materiálu	15
2.1 Hmotné a informační toky při příjmu zboží.....	17
2.2 Balení	17
2.3 Manipulační jednotky	18
2.4 Převážné jednotky.....	19
2.5 Doprava	20
2.6 Manipulační a dopravní zařízení.....	20
2.6.1 Dopravní prostředky	20
2.6.2 Manipulační zařízení	20
3 Zásobování a skladování	21
3.1 Zásobování	22
3.2 Skladování.....	23
4 Logistické technologie.....	24
5 Průběh zakázky podnikem.....	25
6 Služby zákazníkům - zákaznický užitek	26
6.1 Zákaznický servis	27
7 Stavebniny Ferda´s group.....	29
7.1 Projekční činnost	30
7.2 PRO-DOMA PARTNER.....	31
7.3 Seznam katalogových položek.....	34
8 Marketingový mix	34
8.1 Produkty	35
8.2 Cena	36
8.3 Místo prodeje.....	36
8.4 Propagace	36
8.5 Lidé	38
8.6 Procesy	38

8.7	Materiální prostředí	39
9	Zákaznický servis	40
10	Dodavatelé	40
11	Odběratelé	44
12	Řízení toku materiálu	48
12.1	Balení	49
12.2	Přeprava	50
13	Zásobování a skladování	53
13.1	Zásobování	53
13.2	Skladování	54
	ZÁVĚR	58
	Seznam obrázků:	60
	Seznam použitých zkratk:	61
	Seznam použité literatury	62
	Seznam příloh	64

ÚVOD

Tato bakalářská práce se zabývá logistikou podniku. Pro aplikaci teoretických poznatků byly zvoleny stavebniny Ferda's group, které sídlí v Domažlicích. Jedná se o malý rodinný podnik, který se zabývá zejména prodejem stavebního materiálu a vedlejší činností je potom doprava, poradenství nebo půjčování stavebního nářadí. Práce se tedy nejvíce věnuje těmto činnostem, které jsou pro podnik stěžejní.

Společnost Ferda's group byla zvolena hned z několika důvodů. Jedním z nich byla ochota zaměstnanců spolupracovat na této bakalářské práci, tato spolupráce se autorce práce osvědčila již dříve při vykonávání odborné praxe v těchto stavebninách. Dalším důvodem byla možnost využití informací získaných během vykonávání zmiňované odborné praxe. Díky osobní známosti s některými zaměstnanci a s jedním ze společníků firmy byla autorka přesvědčena, že získávání potřebných informací bude probíhat bez problémů.

Jedním z cílů této bakalářské práce je zjistit, jaké zde probíhají logistické činnosti. Kromě analýzy materiálních toků, je cílem práce také analýza toku informací v podniku Ferda's group. Dále je cílem práce zjistit míru kvality služeb v logistickém řetězci.

Bakalářská práce je pomyslně rozdělena na dvě části a to na teoretickou a praktickou část. Jako první je v práci uvedena teoretická část. Ta obsahuje poznatky, které jsou čerpány z odborné literatury a týkají se, mimo jiné, pojmu, předmětu, definice a cílů logistiky, faktorů ovlivňujících logistiku, řízení toku materiálu, zásob v podniku, logistických technologií nebo služeb zákazníkům.

Uváděné teoretické poznatky jsou následně aplikovány do praktické části této práce. Informace týkající se reálného chodu podniku Ferda's group jsou získávány z interních zdrojů podniku v průběhu zpracovávání bakalářské práce. Pro přehlednost jsou zde využívány obrázky, schémata a konkrétní příklady. Praktická část obsahuje představení firmy Ferda's group, marketingový mix, informace o dodavatelích, odběratelích, přepravě, zásobování, skladování a mnohé další. Dále jsou zde popsány probíhající logistické procesy.

V závěru práce je uvedeno, zda bylo dosaženo stanovených cílů a jsou také navrženy změny vhodné pro budoucí chod podniku.

1 Logistika

1.1 Pojem logistika

Logistika je velice staré slovo, jehož počátky sahají až do starověku. Postupem času toto slovo nabývalo mnoha významů, ale vědní disciplínou se stává až v současnosti. Původně označovalo jen jednoduché úvahy a matematické propočty. Později takto začal být označován soubor zařízení v hlubokém týlovém území, které slouží armádě jako výcvikový prostor, sklady zásob, materiálového vybavení a podobně. Toto pojetí již částečně zachycuje význam slova, jak je nám známé dnes. Dále byla logistika po několik století spojována pouze s armádou. Nabývala na významu až do podoby téměř současné, jednalo se o pohyb, zásobování a ubytování vojsk, skladování, přepravu a překládku vojenské techniky a materiálu, údržbu a opravy vojenské techniky, provoz a rušení zařízení vojenských staveb, přepravu osob včetně odsunu a zdravotnického zabezpečení. Po druhé světové válce došlo k rozšíření logistiky na řešení analogických problémů v civilní sféře. Takto vznikla hospodářská logistika a s ní spousta účelových aplikací, nejčastěji se jedná o podnikovou logistiku. (Sixta, Mačát, 2005)

První civilní definice logistiky vznikla v USA v roce 1964, kde byla vymezena jako proces plánování, realizace a řízení účinného nákladově efektivního toku a skladování surovin, zásob ve výrobě, hotových výrobků a souvisejících informací z místa vzniku do místa spotřeby. Tyto procesy mohou, ale nemusí zahrnovat služby zákazníkům, předvídání poptávky, distribuci informací, kontrolu zásob, manipulaci s materiálem, přepravu, skladování a prodej. (Horváth, 2007)

1.2 Předmět logistiky

Předmětem logistiky jsou procesy, jejichž součástí je přemísťování objektů v prostoru a čase. Logistika studuje a hodnotí procesy a jejich efektivnost, nejčastěji z hlediska spotřeby času a zdrojů potřebných k dosažení cíle systému. Z uvedeného vyplývá, že logistika se zajímá o to, aby procesy byly uspořádány tak, aby co nejvíce přispěly k včasnému splnění cílů. Jinak řečeno, aby přemísťování vybraných prvků systému v prostoru a čase vedlo k dosažení stanovených cílů v daných podmínkách. (Horváth, 2007)

1.3 Logistické procesy

Podle Sixty a Žižky (Sixta, Žižka, 2009) logistika zahrnuje také řízení činností majících charakter určitého projektu. Pojem „management projektu“ vznikl překladem anglického termínu „Project Management“. V češtině není pojem management jednoznačně vymezen, proto je třeba určit jeho obsah. Lze ho chápat jako filozofii přístupu k řízení projektu. Jedná se tedy o specifickou metodiku pro plánování a řízení projektu včetně jeho realizace. (Sixta, Žižka, 2009)

Důležité je definovat také pojem projekt. Projekt je časově omezené úsilí vedoucí k vytvoření unikátního produktu nebo služby. Časová omezenost znamená, že každý projekt má definovaný začátek a konec. Unikátnost znamená, že produkt nebo služba se nějakým významným způsobem liší od podobných produktů nebo služeb. (Skalický, Vostracký, 2000)

1.4 Definice logistiky

Jednou z mnoha definic logistiky je ta, kterou publikoval německý odborník na logistiku Pfohl v roce 1972 a ta zní:

„Logistika je souhrn všech činností, jimiž se vytvářejí, řídí nebo kontrolují pohybové a akumulární procesy v síti. Jejich vzájemnou souhrou se má uvést do chodu tok objektů v síti tak, aby prostor a čas byly překlenuty co nejefektivněji.“ (Pernica, 2005, s. 34)

Evropská logistická asociace definovala v roce 1991 logistiku jako *organizaci, plánování, řízení a uskutečňování toku zboží, počínaje vývojem a nákupem a konče výrobou a distribucí podle objednávky finálního zákazníka tak, aby byly splněny všechny požadavky trhu při minimálních nákladech a minimálních kapitálových výdajích.* (Pernica, 2005, s. 35)

Podle Pernici je v současné době možné navrhnout obecnou definici logistiky tak, aby vyhovovala i aplikacím vně hospodářské sféry. Ve výše zmiňovaných definicích vynechal pojmy jako trh, výroba, finální produkce a zakázka. Ve zkratce tato obecná definice uvádí, že logistika je disciplína, která koordinuje všechny aktivity v systémech tak, aby bylo hospodárně dosaženo konečného efektu. (Pernica, 2005)

Logistiku lze chápat několika způsoby:

1. Jako teoretickou disciplínu o plánování, řízení a kontrole pohybu materiálu, osob, energie a informací v systémech
2. Jako koncepční nástroj pro efektivní uspořádání procesů a systémů v podniku
3. Jako souhrn činností, kterými se prakticky zabezpečuje, aby bylo k dispozici:
 - Správné množství
 - Správné objekty
 - Na správném místě
 - Ve správný čas
 - Ve správné kvalitě
 - Za správnou cenu

Kritériem toho, co je správné, je zde spokojenost a požadavky zákazníka. (Horváth, 2007)

1.5 Podniková logistika

Jedná se o aplikaci logistiky na podnik, procesy probíhající v podniku.

V aplikaci na podnik jsou obvyklým předmětem logistiky tyto činnosti:

- Zásobování výroby materiálem
- Skladování materiálu
- Řízení zásob materiálu
- Vyskladnění materiálu
- Manipulace s materiálem a nedokončenými výrobky mezi pracovišti specializovanými na určité technologické operace
- Řízení zásob nedokončených výrobků
- Skladování hotových výrobků
- Řízení zásob hotových výrobků
- Balení hotových výrobků
- Expedice hotových výrobků

Nepatří sem činnosti technologické, jako je změna materiálu na polotovary, nebo na nedokončený výrobek a na hotový výrobek. (Horváth, 2007)

1.6 Cíle logistiky

Základním cílem logistiky je optimální **uspokojování potřeb zákazníků**. Zákazník je nejdůležitějším článkem celého řetězce. Od něj vychází informace o požadavcích na zabezpečení dodávky zboží a s ní souvisejících dalších služeb. U zákazníka také končí logistický řetězec zabezpečující pohyb materiálu a zboží.

Tyto cíle se dělí na **prioritní a sekundární**. Nejdůležitější, tedy prioritní cíle, zahrnují cíle vnější a výkonové. Dále mezi sekundární řadíme vnitřní a ekonomické cíle. (Sixta, Mačát, 2005)

Vnější logistické cíle se zaměřují na uspokojování přání zákazníků, kteří je uplatňují na trhu. Do skupiny těchto cílů jsou podle Sixty a Mačáta řazeny:

- Zvyšování objemu prodeje
- Zkracování dodacích lhůt
- Zlepšování spolehlivosti a úplnosti dodávek
- Zlepšování pružnosti logistických služeb (flexibility)

Velice významné je zde dodržení spolehlivosti a úplnosti dodávek, v logistice opravdu záleží na čase, jedná se o jeden z nejdůležitějších faktorů vůbec. Jednotlivé články řetězce na sebe musí přesně navazovat. Dodržení návaznosti vede ke snižování nároku na skladování, nebo dokonce i k úplnému odstranění zásob. Výjimkou pak jsou pouze minimální pojistné zásoby. Nutná je také úplnost dodávek a to za pomoci vhodných manipulačních jednotek a přepravních pomůcek. (Sixta, Mačát, 2005)

Co se týká **vnitřních** cílů logistiky, ty se orientují na snižování nákladů při dodržení splnění všech vnějších cílů.

Jedná se o následující náklady:

- Na zásoby
- Na dopravu
- Na manipulaci a skladování
- Na výrobu
- Na řízení

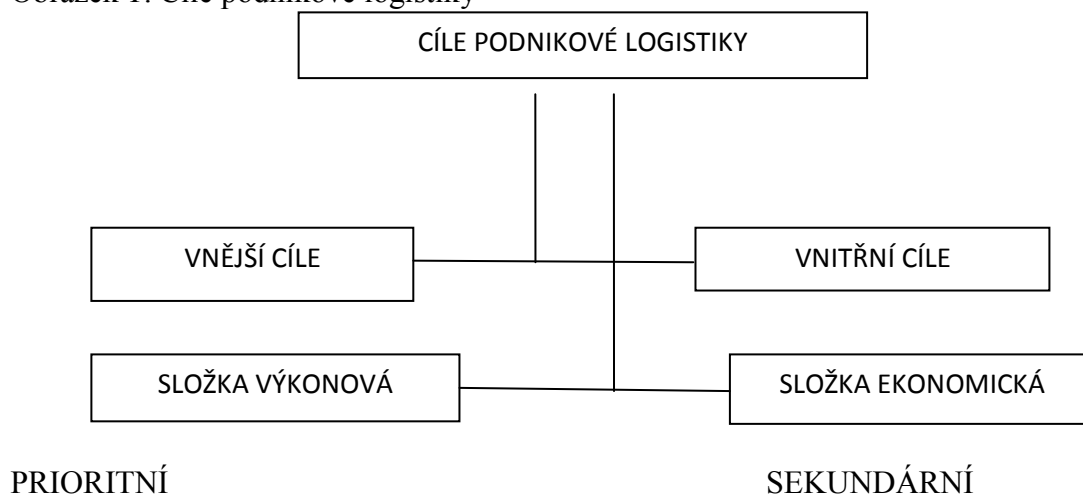
Výkonové cíle zabezpečují požadovanou úroveň služeb tak, aby požadované množství materiálu a zboží bylo ve správném množství, druhu a jakosti, na správném místě, ve správný čas. (Sixta, Mačát, 2005)

Ekonomickým cílem logistiky se rozumí zajištění všech těchto služeb s přiměřenými náklady. Ty musí být vzhledem k úrovni služeb minimální. Náklady by také měly odpovídat ceně, kterou je ještě zákazník ochoten za službu v určité kvalitě zaplatit. Vyšší úroveň služeb dává naději na vyšší zájem zákazníků, což ale také zvyšuje náklady, které pak na zákazníka působí opačně. Je tedy důležité zajistit služby s optimálními náklady. (Sixta, Mačát, 2005)

Cíle podnikové logistiky zobrazuje obrázek číslo 1.

Marketing musí přidělovat zdroje v rámci marketingového mixu tak, aby byla maximalizována dlouhodobá rentabilita společnosti. Chce-li být společnost úspěšná, pak musí dle marketingového mixu dbát na to, aby byl správný produkt, za správnou cenu, podpořený správnou propagací, k dispozici na správném místě. V zajištění správného místa hraje hlavní roli právě logistika. (Sixta, Mačát, 2005)

Obrázek 1: Cíle podnikové logistiky



Zdroj: Sixta, Mačát, 2005

1.7 Cíle podniku

Životaschopnost systému je schopnost reagovat na změny ve svém okolí při zachování své identity. Podstatou reakce je vývoj struktury systému, což znamená, že pokud se změní nějaké prvky, musí také následně dojít ke změně vazeb mezi těmito prvky. Charakteristickou vlastností těchto životaschopných systémů je dynamická rovnováha mezi stávajícími prvky systému a vyvíjecími se prvky systému. (Horváth, 2007)

Smyslem těchto vývojových změn je zachování identity systému prostřednictvím jejich trvalého rozvoje. Identita systému je základní funkcí podniku, která je plněna ve vztahu k okolí podniku. **Jedná se o transformaci vstupů na výstupy**, která je pro daný podnik charakteristická. Systém přijímá jisté hmotné, energetické a informační vstupy, které dokáže přetvořit na jiné hmotné, energetické a informační výstupy. Tyto výstupy jsou vyžadovány a přijímány okolím systému. Výrobní podnik je systémem, který přetváří stávající materiální hodnoty na hodnoty jiné, které jsou okolím podniku vyžadovány a k této přeměně podnik potřebuje také lidský potenciál v živé i umrtvené podobě, jak je označován kapitál. Aby byl podnik úspěšný, je třeba uspokojovat tři pro podnik nejdůležitější subjekty:

- Investory
- Své zaměstnance
- Zákazníky

Při uspokojování těchto subjektů je třeba zajistit, aby došlo ke zhodnocení kapitálu získaného od investorů, odměnit náležitě své zaměstnance za jejich odvedenou práci a v neposlední řadě dodat zákazníkům zboží v určité kvalitě, za kterou jsou ochotni zaplatit cenu. (Horváth, 2007)

Základním, univerzálním a dlouhodobým cílem výrobního podniku je zhodnocovat do podniku vložený kapitál, jinými slovy tímto cílem je **vytvářet zisk**. Schéma uvedené níže naznačuje, jak může logistika ovlivnit zisk a jeho tvorbu. Jsou zde jmenovány způsoby, jak zle **zvyšovat výnosy** a naopak **snižovat náklady**. K tomuto zvyšování výnosů a snižování nákladů napomáhají i logistické činnosti, které v podniku probíhají. Zvýšení kvality může vést k vyšším výnosům a snižování hodnoty skladovaných zásob nebo zkracování dodací lhůty příznivě ovlivňuje výši nákladů. (Horváth, 2007)

Obrázek 2: Jak může logistika ovlivnit tvorbu zisku v podniku



Zdroj: Horváth, 2007

2 Řízení toku materiálu

Logistické procesy zahrnují, nejen tok materiálu, ale také tok informací a peněžní tok, který představuje jak příjmy, tak i výdaje. Tok materiálu předchází tok informací, protože právě získané **informace jsou klíčové** pro zjištění současné situace a slouží ke správnému rozhodnutí. Ve výrobním podniku jsou nejdůležitější ta rozhodnutí, kterými je řízen tok materiálu. Tok informací je mnohem rozvětvenější, než tok materiálu, proto je tak důležitý. Funguje-li podnik správně, pak zpravidla vrcholový management nemusí sledovat logistiku. Čas od času dochází k některým chybám a v této chvíli musí management podniku zasáhnout. Mezi chyby patří například nedostatečně široký sortiment, tato chyba se projevuje, pokud zákazník nenajde druh zboží, pro který do obchodu přišel, toto může mít za následek také pozdržení dodávky. (Sixta, Mačát, 2005)

Řízení oblasti materiálu je pro podnik životně nezbytné. Sice se nedotýká přímo konečných zákazníků, ale je důležité pro možnost srovnání s konkurencí a mimo jiné také úroveň konečného produktu pro zákazníka, což vede k ovlivnění zisků, kterých může podnik dosahovat. Podnik musí zabezpečit účinné a efektivní řízení toku vstupních materiálů, aby bylo možné vyrobit produkty **v požadovaném čase, požadované úrovni a za požadovanou cenu**. (Sixta, Mačát, 2005)

Podle Sixty a Mačáta (Sixta, Mačát, 2005) je důležité, aby podnik odlišoval oddělení nákupu a oddělení zásobování, každé z nich má totiž rozdílné úkoly.

U **oddělení nákupu** se jedná o:

- **Výběr dodavatele** - je třeba zvolit dodavatele, který je schopen zásobovat daný podnik správným zbožím nebo materiálem, ve správném množství a ve správný čas
- **Prověření dodavatele** - nezbytné je prověření dostupných informací o dodavateli, podnik se musí informovat o spolehlivosti dodavatele
- **Vypracování dodavatelsko-odběratelských smluv** - smlouvy zajišťují podniku, že dodavatel bude plnit své povinnosti, které ze smlouvy vyplývají a naopak dodavateli zajišťují plnění povinností podnikem
- **Hledání případného výhodnějšího dodavatele** - podnik musí být neustále bdělý a měl by mít přehled o případných vhodnějších dodavatelích

Zatímco **oddělení zásobování** má, mimo jiné, na starost:

- Zajištění dodávky potřebných komponent pro výrobu a to s ohledem na výši jejich nákladů

Následujícím článkem řetězce je tedy **distribuce**, jejíž hlavní činností je zabezpečení:

- **Vysoké úrovně služeb** - služby na vysoké úrovni zajišťují především kvalifikovaní pracovníci
- **Vybudování sítě fyzické distribuce** - důležité jsou sklady s dostatečnou kapacitou
- **Vhodný podíl zásob** skladovaných v jednotlivých skladech - odvíjí se od potřeb zákazníků
- **Možnosti přímého prodeje** - měl by být kladen důraz na vhodnou formu oslovení zákazníků, důležité také je, aby měl prodejce dostatek informací o produktech

Prodejem se pak mění jen majitel daného zboží. (Sixta, Mačát, 2005)

2.1 Hmotné a informační toky při příjmu zboží

Podle Schulteho (Schulte, 1994) je nutné provádět určité **dílčí činnosti**, které jsou významné při získávání vstupů do podniku. Jedná se o následující:

- **Příjem dodávek materiálů a zboží do podniku** - jedná se o vstupy potřebné pro chod podniku
- **Prověření shody objednávky a dodávky** z hlediska správnosti zboží, množství a smluvené dodací lhůty
- Následuje **uvolnění příkazu k vyložení zboží** na vykládacím pracovišti. Během vykládání je nutné provést přezkoušení zásilky chybějících kusů a možnosti výskytu poškození
- **Detailní kontrola** vyložené dodávky, patří sem převažování, přesný odpočet, měření
- Po úspěšné kontrole vstupní soupisky zboží s dodacími doklady je možné **zásilku uvolnit k převzetí** a deklaraci a k předání na vedoucí pracoviště pro řízení zásob. Materiál je třeba označit a připravit k další přepravě do skladu nebo ke spotřebitelům (Schulte, 1994)

2.2 Balení

Organizace toku materiálů zahrnuje mimo jiné i způsob balení, protože většinu materiálů nelze přemísťovat volně. **Obaly** jsou potřebné v celém logistickém řetězci – **Skladování, doprava, manipulace**. Existuje několik kritérií pro volbu obalu, závisí to například na funkci, kterou musí daný obal plnit. **Funkce** mohou být následující:

- **Ochrana** - zboží je třeba chránit například před nepříznivými vlivy počasí nebo poničením
- **Informace** - informace na obalech jsou důležité v celém logistickém řetězci

Funkce, které musí obal plnit, se liší podle toho, ve které části logistického řetězce se balený materiál nebo zboží nachází. Kritériem pro volbu obalu může být **povaha výrobku, vliv prostředí, požadavky obchodu** v zájmu zákazníků. (Daněk, 2004)

Obalové prostředky musí mít určité vlastnosti. Důležitý je zde **tvár a rozměr, pevnost a udržení zboží nebo propustnost a povrchová a materiálová úprava** obalů. Dále nás zajímá, zda jsou obaly například odolné vůči počasí, zda jsou propustné či ne, zda jsou zápalné, manipulovatelné, nákladově výhodné, opětovně uzavíratelné, snadno zničitelné, ekologicky vhodné nebo jaké jsou požadavky na zachování množství. (Daněk, 2004)

Podle účelu, na který je obal využíván, dělí Daněk (Daněk, 2004) obaly následovně:

- Přepavní
- Spotřebitelské
- Speciální

Přepavní obaly slouží k uskutečnění přepravy a vyskytují se ve všech částech logistického řetězce. **Spotřebitelské** obaly jsou určeny pro konečného spotřebitele a vyskytují se v distribuční části logistického řetězce, jejich původ však pochází už z výroby. (Daněk, 2004)

Obal tvoří důležitou součást ceny výrobku, a proto je důležité správně rozhodnout a zvážit, jaký obal dané zboží skutečně potřebuje. Řešení by mělo být výsledkem ekonomického kompromisu. (Daněk, 2004)

2.3 Manipulační jednotky

Těmito jednotkami se rozumí taková úprava přemísťovaného materiálu, která usnadňuje manipulaci s ním. Materiál může být balený, nebalený, ložený volně nebo na/v přepravním prostředku a tvoří jednotku, s níž je možné bez jakékoli úpravy manipulovat. Manipulační jednotky se dělí na jednotky nultého, prvního, druhého, třetího a čtvrtého řádu. Pro obchod mají největší význam jednotky řádu nula, jedna a dva. (Cimlér, 2015)

- **Manipulační jednotky 0. řádu**

Jedná se o zboží ve spotřebitelském obalu. Na rozdíl od ostatních není zároveň přepravní jednotkou. (Cimlér, 2015)

- **Manipulační jednotky 1. řádu**

Tímto pojmem se rozumí základní manipulační jednotky, které jsou přizpůsobeny pro ruční manipulaci. Z ekonomického hlediska je vhodné, aby se základní manipulační jednotka pohybovala z místa svého vzniku všemi návaznými částmi logistického řetězce až ke spotřebiteli, nebo alespoň do obchodní sítě, aniž by byla dělena. Tato základní manipulační jednotka také udává minimální objednávací množství. Přepravním prostředkem může být přepravka či bedna, ale také to mohou být i obaly, jako pytle, sudy nebo plastové přebaly. (Daněk, 2004)

- **Manipulační jednotky 2. řádu**

Jedná se o manipulační jednotky odvozené od rozměrů dopravních prostředků. Přepravním prostředkem je převážně paleta. Je složena z většího počtu manipulačních jednotek prvního řádu. Manipulačními jednotkami druhého řádu mohou být třeba balíky nebo svazky. Je s nimi manipulováno pomocí manipulačních zařízení. Manipulačními zařízeními jsou nízkozdvíhací či vysokozdvíhací vozíky, stohovací jeřáby nebo regálové zakladače. (Cimler, 2015)

- **Manipulační jednotky 3. řádu**

Manipulační jednotka třetího řádu je odvozená jednotka, která slouží pro mechanizovanou manipulaci a výhradně pro dálkovou přepravu. Tvoří vesměs jednotky druhého řádu a manipulují se mechanicky pomocí jeřábů a speciálních vozíků. (Cimler, 2015)

- **Manipulační jednotky čtvrtého řádu**

Manipulační jednotka čtvrtého řádu je odvozená přepravní jednotka určená pro dálkovou kombinovanou vnitrozemskou vodní a námořní přepravu. Hmotnost nákladu je v rozmezí 200-4000 tun. (Cimler, 2015)

2.4 Přepravní jednotky

Přepravní jednotka musí plnit funkce, jako je ochrana zboží před poškozením. Toto splňují manipulační jednotky druhého řádu a vyššího řádu. Manipulační jednotky třetího a čtvrtého řádu nejsou často v odborné literatuře považovány za manipulační jednotku. Přepravní jednotky slouží zejména pro dálkovou dopravu a zůstávají přepravní jednotkou, i když jsou prázdné. (Daněk, 2004)

Pro manipulaci s těmito přepravními jednotkami je využíváno různých manipulačních zařízení. Přepravní jednotka slouží nejen k ochraně naloženého zboží před ztrátou a poškozením, ale hlavně umožňuje snadnější nakládku, vykládku a překládku mezi jednotlivými dopravními prostředky. (Daněk, 2004)

2.5 Doprava

Jedná se o přemísťování na větší vzdálenosti. Doprava se dělí na různé obory, jako je **železniční, silniční, vodní, letecká, potrubní a lanová** doprava. Na nejkratší vzdálenosti a pro menší zásilky je vhodná silniční doprava. Naopak železniční je výborná volba pro velké náklady, které je nutné přesunout na hodně velkou vzdálenost, podobně jako vodní přeprava, ta je ale vhodná pouze pro zásilky, u kterých nezáleží na době přepravy. Pokud je požadavek přesunout náklad rychle, pak je vhodné volit leteckou dopravu. Potrubní doprava je pak vhodná pro přepravu kapalin a plynů. Kombinovaná doprava umožňuje přemístit jakékoliv druhy materiálů na jakoukoli vzdálenost. (Cimlér, 2015)

2.6 Manipulační a dopravní zařízení

Je-li řeč o manipulačním zařízení, pak se myslí zařízení k manipulaci s materiálem. Dopravní zařízení slouží k přepravě materiálu a manipulačních či přepravních jednotek. (Daněk, 2004)

2.6.1 Dopravní prostředky

Daněk (Daněk, 2004) rozděluje dopravní prostředky následovně:

- **Kolejová vozidla** - tažná, přípojná, důlní lokomotivy a některé další
- **Vozidla na pneumatikách** - nákladní a speciální automobily, tahače, přípojná vozidla, traktory
- **Plavidla** - pro suchý náklad (kusové zboží, hromadné substráty a jiné) a pro tekutý náklad, tyto nazýváme tankery (surová ropa, čisté produkty z ropy, tekuté chemikálie, zkapalněné plyny) (Daněk, 2004)

2.6.2 Manipulační zařízení

Nejen silniční vozidla se pohybují na pneumatikách, lze najít i takováto manipulační zařízení, jako jsou již zmiňované dopravní vozíky, jeřáby, regálové zakladače a nakladače a vykladače.

Dopravní vozíky se dále dělí následovně:

- Ruční
- Přívěsné
- Vlečné
- Motorové (Daněk, 2004)

3 Zásobování a skladování

Pod pojmem **zásoby** si lze představit především předměty, které byly podnikem pořízeny za účelem jejich budoucího zpracování nebo prodeje zákazníkům. Pokud zatím ještě nebyly vykonány žádné technologické změny, jedná se v tomto případě o **zásoby materiálu a dílů**. Pokud již byla vykonána nějaká technologická operace, ale výrobek ještě není zcela hotový, pak je řeč o **zásobách rozpracované výroby**. Pokud byly provedeny již všechny technologické úpravy, ale nebyl ještě výrobek prodán zákazníkovi, jedná se o **zásobu hotových výrobků**. **Drží-li podnik zásoby materiálu a nakupovaných dílů, potom lze jmenovat následující výhody:**

- **Možnost variability v dodávkách** - lze dodávat odběratelům více, mají-li zájem
- **Využívání množstevních slev** při odběru materiálů
- **Ochrana před nenadálými situacemi** - mohou být způsobeny například nedodržením dodací lhůty ze strany dodavatele
- **Pojistka proti zvyšování cen** - je-li v podniku zásoba materiálu nakoupeného od dodavatele před zdražením, potom může podnik nabízet svým zákazníkům tento materiál nebo vyrobené výrobky za nižší ceny, než konkurence

Výhody ze zásob hotových výrobků:

- **Schopnost okamžitých dodávek zákazníkům** - zákazník dostane okamžitě požadované produkty
- **Překlenutí nepravidelnosti v poptávce po hotových výrobcích** - nelze vždy předvídat, jaká bude poptávka po určitém zboží

V držení zásob mohou někteří vidět i **nevýhody**, jako například:

- **Zásoby váží provozní prostředky, které byly vynaloženy na jejich pořízení** - podnik musí za zásoby utratit nemalé finanční částky
- **Zásoby zakrývají nepřesnosti v plnění termínů**
- **Zásoby vyžadují rozsáhlý a drahý systém pro jejich řízení** - jedná se například o speciální počítačové programy (Horváth, 2007)

3.1 Zásobování

Zásobování se zabývá optimálním **získáváním vstupů do podniku**. Zásobování má své úkoly, které musí plnit, co možná nejlépe. Jedná se například o to, aby byl podnik dobře orientován v situaci na trhu, aby sledoval vývoj na trhu a nové trendy, které se na trhu objevují. (Daněk, 2004)

Dále je důležité uzavírat **smlouvy s dodavateli** tak, aby byly výhodné nejen finančně, ale také, aby dodavatel byl spolehlivý, co se například dodržení termínů a množství týká. Pro účelnost a plnění těchto úkolů je důležité, aby si podnik stanovil vhodnou zásobovací strategii. Zásobování má také své **cíle**. Patří mezi ně **snižování nákladů** souvisejících s opatřováním zásob, zajistit možnost zásobování z více zdrojů. (Daněk, 2004)

Důležité pro zásobování je i získávání informací o situaci na trhu. Tyto informace jsou získávány pomocí průzkumu trhu, jehož cílem by mělo být zlepšení průhlednosti trhu, zajištění vhodných a potřebných informací pro tvorbu zásobovací strategie, získávání nových zdrojů nákupu. Takto získané informace poslouží podniku ve zvolení vhodné zásobovací strategie a dodavatelů. (Daněk, 2004)

Při volbě zásobovací strategie se pak podnik může chovat buďto **aktivně nebo pasivně**. Aktivní chování říká, že podnik agresivně využívá rámcové podmínky trhu, naopak pasivní chování znamená, že podnik bere rámcové podmínky v úvahu, avšak chová se podle zavedených zvyklostí a na samotný rámec trhu nedosáhne. Protože podniky fungují zpravidla na několika trzích současně, je třeba využívat různé strategie. (Daněk, 2004)

3.2 Skladování

Jedná se o jednu z nejdůležitějších částí logistického řetězce. Skladování je nezbytné po dobu mezi tím, **než se produkt dostane od výrobce k zákazníkovi**. Sklady umožňují překlenout čas a prostor, skladovány jsou v nich **zásoby výrobní**, které zajišťují plynulou výrobu a **zásoby obchodního zboží**, díky kterým je možné plynule zásobovat obyvatele. Lze rozeznat skladovací systémy, v jejichž rámci jsou nutná určitá rozhodnutí o:

- **Vybavenosti skladu, včetně správy a řízení** - záleží na skladovaném zboží a materiálech, některé vyžadují při skladování zvláštní podmínky, jako například vytápění, dále je vhodné pro přehlednost využívat například počítačové programy
- **Rozsah skladu** - je třeba predikovat množství skladovaných položek, aby sklady nebyly zbytečně velké nebo příliš malé
- **Vlastní nebo cizí skladování** - existuje možnost pronájmu skladových prostor
- **Stanoviště skladu** - například má-li podnik prodejnu, je vhodné mít sklady v jejich blízkosti
- **Úroveň udržovaných zásob** - důležité je držet na skladech potřebné zboží a materiály ve správném množství, problémem může být nedostatek zásob, ale i zbytečně velké množství skladovaných zásob a to mimo jiné z ekonomického hlediska (Sixta, Mačát, 2005)

Skladování plní pro podnik tři důležité funkce. Jedná se o přesun produktů, uskladnění těchto produktů a v neposlední řadě je to přenos důležitých informací. Přesunem produktů je míněn příjem zboží, jeho ukládání, komplementace dle objednávky, překládka zboží a následná expedice. Uskladnění produktů může být buď přechodné, nebo časově omezené. V prvním případě se jedná o uskladnění nezbytné pro doplňování základních zásob a ve druhém případě se týká zásob nadměrných. (Sixta, Mačát, 2005)

Důvody pro jejich držení jsou různé:

- Sezónní poptávka
- Kolísavá poptávka

...a jiné

Přenos informací se týká stavu zásob, stavu zboží v pohybu, umístění zásob, zákazníků, personálu, využití skladových prostor a podobně. (Sixta, Mačát, 2005)

4 Logistické technologie

V logistických systémech je potřeba jednotlivé operace seřadit tak, aby optimálně fungovaly. K tomuto seřazení podniku slouží řada zavedených metod a přístupů. Samozřejmostí je zde také ohled na co možná nejnižší náklady při volbě pořadí jednotlivých operací a současně je třeba také dodržet úroveň poskytovaných produktů a služeb. (Sixta, Mačát, 2005)

Mezi nejdůležitější a **nejčastější logistické technologie** se řadí:

- Just in time
- Quick response
- Hub and spoke
- Cross-docking

...a mnohé další

Just in time je asi nejznámější technologií, která zajišťuje uspokojování poptávky přesně v dohodnutých termínech. Jak napovídá název další technologie, **Quick response**, jedná se o technologii rychlé reakce, ta je zaměřena na řetězce spotřebního zboží z výroby přes velkoobchod do maloobchodní sítě a jde o urychlení a zdokonalení řízení zásob a jejich toku. Technologie **hub and spoke** si zakládá na sdružování menších zakázek do větších celků, ty jsou pak přepraveny a systémy následně tyto celky opět dekonsolidují (rozdělí) do jednotlivých zásilek. **Cross-docking** využívá výhody distribučního centra jako článku dodavatelského řetězce. Toto centrum třídí, kompletuje a expeduje zásilky přímo do jednotlivých prodejen. Zboží se v tomto centru prakticky neskládá, ale pouze je sem dovezeno od výrobce a téměř okamžitě je vyexpedováno v zásilce do prodejních maloobchodů. (Sixta, Mačát, 2005)

Lze také rozlišovat **PUSH a PULL systém** v podniku. Zjednodušeně je možné uvést rozdíl mezi těmito systémy následovně:

- Hlavním rozdílem mezi oběma systémy je **subjekt**, který vede analýzu trhu, a který **rozhoduje** o tom, kolik kusů zboží se ve výsledku dostane na pulty obchodů
- Mění se také **odpovědnost za důsledky** chybně zadaného objemu zboží k oproti aktuálnímu objemu prodeje
- V **push** systému dopadá větší část rizika za nadvýrobu nebo nedostatek určitého výrobku na výrobce. Tento systém představuje určitý **tlak na odběratele** a nehledí se na jeho momentální požadavky
- V **pull** systému se jedná o takzvaný **tah**. Případný problém dopadá na **odběratele**, který si daný objem zboží **objednal** a tuto objednávku také zaplatí (Daněk a Plevný 2009)

5 Průběh zakázky podnikem

Základní proces výrobního podniku-proces tvorby nových materiálních hodnot **začíná a končí u zákazníka**. Tento proces má své postupy, jedná se o jednotlivé dílčí procesy, které jsou tvořeny různými činnostmi. (Horváth, 2007)

Uzavření kupní smlouvy se zákazníkem o dodávce produktu a služby výrobního podniku souvisí s činnostmi, jako je reklama, vyvolání poptávky zákazníka, zpracování nabídky a nakonec samotné **uzavření smlouvy** se zákazníkem. (Horváth, 2007)

Dalším dílčím procesem je **zpracování zakázky** jako souboru interních dokumentů, které slouží jako informační podklad pro realizaci uzavření kupní smlouvy. Dále je nutné **obstarání materiálních vstupů** podmiňujících výrobu produktu a realizaci zakázky. Tento proces zahrnuje nákup materiálů potřebných ve výrobním procesu, nákup hotových komponent a speciálního nářadí. (Horváth, 2007)

Následuje realizace zakázky na základě výsledků **zpracování zakázky**. Sem zahrnujeme výrobu komponent, dílčí kompletaci a finální kompletaci výrobku. V poslední řadě je třeba předat hotový produkt zákazníkovi, to znamená **dodat zakázku**. Proces je zakončen převímkou produktu zákazníkem a fakturací za dodávku produktu. (Horváth, 2007)

Průběžná doba výrobku (zakázky) je pojem, který uvádí časový interval mezi okamžikem uplatnění zákaznickova požadavku a okamžikem dodání výrobku zákazníkovi. Běžně tvoří čas dopravy, čekání, skladování a manipulace více, než 90% z průběžné doby zakázky. Je tedy v zájmu podniku i zákazníka tento podíl snížit, což přinese mnoho **výhod**:

- Podnik si získá **lepší pověst** u zákazníků, díky rychlé reakci na jejich požadavky
- **Zákazník je spokojen** s rychlými reakcemi a do podniku se opět vrací
- Díky rychlému vyřízení objednávek **podnik šetří** finanční prostředky - náklady vynaložené na skladování jsou snižovány
- Snížené náklady na skladování mohou přispět k **příznivějším cenám** pro zákazníky

Jednoduše řečeno: „*Čím rychleji projde zakázka podnikem, tím menší šanci mají nepřímé (režijní) náklady, aby se k zakázce připojily.*“ (Horváth, 2007)

6 Služby zákazníkům - zákaznický užitek

Služby zákazníkům

Služby zákazníkům je možno chápat různě, například jako **odraz očekávání určité výkonnosti**, služby zákazníkům jsou definovány procentem zakázek, jež jsou vyřízeny v určité lhůtě. Můžeme je také chápat jako hodnototvorný proces, na služby zákazníkům se pohlíží jako na proces směny, a to buď jako na jednorázovou transakci nebo jako na dlouhodobý smluvní vztah. Při zajišťování účinných a efektivních služeb zákazníkům se v průběhu času dostaly do popředí informace. Ty musejí být přesné a včasné, aby se staly samostatnou a nejdůležitější složkou při budování vztahů mezi dodavatelem a zákazníkem. (Sixta, Mačát, 2005)

Míry kvality služeb v logistickém řetězci

Mezi kritéria, pomocí kterých se měří **kvalita služeb**, jsou podle Sixty a Mačáta (Sixta, Mačát, 2005) řazeny **spolehlivost dodání, úplnost dodávek, co možná nejnížší dodací lhůty** nebo **poskytované předprodejní a poprodejní služby**. (Sixta, Mačát, 2005)

Délka dodací lhůty se stanovuje jako interval mezi přijetím objednávky v podniku a převzetím objednaného zboží zákazníkem.

Například **stupeň úplnosti dodávek** je vyjádřen vzorcem $s_u = (\text{zboží dodané/zboží objednané}) \cdot 100$ nebo **stupeň spolehlivosti dodávek** potom vzorcem $s_s = (\text{počet splněných dodávek v termínu/počet všech dodávek}) \cdot 100$. Výsledky těchto výpočtů jsou pak vyčísleny v procentech. (Sixta, Mačát, 2005)

6.1 Zákaznický servis

Je třeba rozlišovat pojem zákaznický servis a pojem spokojenost zákazníků. **Spokojenost zákazníků** je mnohem širší pojem a obsahuje **zákaznický servis**. Spokojenost zákazníků totiž hodnotí všechny složky marketingového mixu, tedy produkt, cenu, podporu prodeje i místo. V širším slova smyslu je možné zákaznický servis definovat jako měřítko toho, jak funguje logistický systém z hlediska vytváření užité hodnoty prostřednictvím času a místa. V tomto případě je do zákaznického servisu zařazena **snadnost kontroly položek na skladu, snadnost objednávání nebo poprodejní podpora** určité položky. (Sixta, Mačát, 2005)

V dnešní době je zákaznický servis definován jako systém, který probíhá mezi kupujícím a prodávajícím. Výsledkem je přidaná hodnota, která zvyšuje cenu výrobku nebo služby.

Tato přidaná hodnota se dělí mezi účastníky smlouvy tak, aby po skončení smluvního vztahu získal každý z jeho účastníků určitou výhodu. (Sixta, Mačát, 2005)

Zákaznický servis má také **několik složek**:

- Předprodejní
- Prodejní
- Poprodejní

Do **předprodejní** složky patří obchodně politická či strategická rozhodnutí podniku v oblasti servisu nebo například pružnost celého systému. Tato rozhodnutí mohou mít velký vliv na to, jak je podnik zákazníky vnímán. **Prodejní** složky zákaznického servisu jsou zpravidla veřejností vnímány jako zákaznický servis a spadá sem úroveň vyčerpání zásob, informace o stavu objednávky, přesnost systému nebo třeba snadnost objednávání. **Poprodejní** složky jsou pak zejména instalace, záruka, opravy nebo reklamace a vrácení zboží. (Sixta, Mačát, 2005)

Zákaznický servis je hlavním pojítkem mezi marketingem a logistikou. Má tedy velice významnou roli při vytváření a udržování loajality a spokojenosti zákazníků. Složky marketingového mixu-product, cena, propagace a místo vytvářejí pro zákazníky určitou přidanou hodnotu. Pokud je tato hodnota pro zákazníka srovnatelná s konkurencí, může to být právě zákaznický servis, který veřejnost přesvědčí o volbě daného podniku. (Sixta, Mačát, 2005)

7 Stavebniny Ferda´s group

Společnost byla založena třemi společníky a jejich vklady činily 2x 80 000 Kč a 40 000 Kč. Všechny vklady jsou splaceny, základní kapitál činí 200 000 Kč. Sídlo firmy je Masarykova 501, Domažlice, 344 01. Společnost byla zapsána do obchodního rejstříku 30. prosince 2009 a předmětem podnikání, podle justice.cz, je výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona, dále pronájem nemovitostí, bytů a nebytových prostor, zednictví, malířství, lakýrnictví, natěračství, pokrývačství, tesařství, klempířství a oprava karoserií. (Justice.cz)

Jako hlavní činnosti sami vnímají prodej stavebního materiálu a jako vedlejší potom dopravu, poradenství, půjčování nářadí a podobně. Stavebniny nabízejí kompletní sortiment stavebního materiálu pro dům, interiéry i zahradu. Do sortimentu patří veškeré zdící materiály, betonové výrobky, zednické nářadí, suché směsi a stavební chemie, fasádní příslušenství, sádkokartony, odvodňovací systémy, odvětrávací a revizní příslušenství a ocelové výrobky. (Ferda´s group.cz)

Obrázek 3: Stavebniny Ferda´s group



Zdroj: Vlastní zpracování, 2017

Fotografie výše zachycuje prodejnu stavebnin v Domažlicích, která přímo sousedí s firemními sklady. K dispozici zde je parcela o výměře 10 346 m². V úzké blízkosti stavebnin se nachází prodejny podlahových krytin a koupelen, takže do samotných stavebnin mohou zavítat i potencionální zákazníci, jejichž cesta původně vedla jinam.

Ferda's group je v podstatě malý rodinný podnik, ve kterém nejsou nastavena striktní pravidla, která by se musela zásadně a bez výjimky dodržovat, proto bude zajímavé sledovat fungování jeho procesů. Rozhodování o důležitých záležitostech závisí hodně na domluvě mezi dotčenými osobami a na instinktech a pocitech samotného vedení firmy.

Obecně Ferda's group zaměstnává 10 zaměstnanců a jejich rozložení je následovné:

3 pracovníci jsou ve skladu, 1 řidič obstarává dopravu materiálu zákazníkům, 2 prodejci jsou na pokladně, v administrativě pracují 3 zaměstnanci a 1 osoba je tady zaměstnána jako pomocná účetní. Účetní společnosti je externí. Od listopadu roku 2015 do prosince 2016 se společnost Ferda's group pokusili otevřít další prodejnu stavebnin ve Kdyni, to je menší město vzdálené od Domažlic asi 12 km. Sortiment nebyl tak široký, jako v Domažlicích a spolupráce obou provozoven byla velice úzká. Bohužel tržby kdyňské pobočky nebyly pro Ferda's group dostačující, tato provozovna se stala ztrátovou, a proto se vedení rozhodlo ji uzavřít. Ve kdyňské pobočce Ferda's group byly zaměstnány 2 osoby, jedna jako vedoucí prodejny a druhá jako skladník. Skladník ze Kdyně byl přesunut na tutéž pozici do Domažlic, ale vedoucí kdyňské prodejny už v současné době do týmu Ferda's group nepatří. Ve firmě Ferda's group je pro všechny potřebné úkony využíván počítačový program DUEL od společnosti Ježek Software. Jedná se o úkony během prodeje na pokladně, o kontrolu stavu zásob a podobně. (Interní zdroj podniku, 2017)

7.1 Projekční činnost

Společnost Ferda's group také nabízí svým zákazníkům možnost zpracování projektové dokumentace všech kategorií pozemních staveb. Nabízeno je komplexní zpracování projektové dokumentace v oboru pozemní stavby a je vykonávána inženýrská činnost pro bytové, občanské a průmyslové stavby. (ferdasgroup.cz)

Zpracovávají jsou dokumentace pro územní rozhodnutí, stavební povolení, dokumentace k provedení stavby, dokumentace změny stavby, změny stavby před dokončením nebo změny v užívání stavby. Všechny zpracováváné dokumentace jsou v souladu se stavebním zákonem a jeho prováděcími vyhláškami. V případě zájmu klientů je možno pro ně vytvořit i vizualizace projektovaného objektu a to jak exteriéru, tak i interiéru.

Inženýrská činnost zahrnuje obstarání vyjádření správců sítí o existenci jejich zařízení a o připojovacích podmínkách, obstarání stanovisek a vyjádření správců sítí a dotčených orgánů státní správy a institucí k projektu, projednání a odsouhlasení projektu se stavebním úřadem, obstarání územního rozhodnutí nebo územního souhlasu a stavebního povolení pro investora,

autorské a technické dozory. Ferda's group spolupracuje také s externími spolupracovníky a odbornými firmami, které dokážou zajistit statický průzkum objektu a vypracování statických posudků, zpracování rozpočtu a výkazu výměr, vypracování Průkazu energetické náročnosti budovy, požárních zpráv a radonový, geologický a hydrogeologický výzkum. (ferdasgroup.cz)

Vzhledem k tomu, že je firma Ferda's group malý rodinný podnik, je pro klienty výhodou zejména poskytovaný individuální přístup k nim samotným a také samozřejmě k jejich projektům. Jsou tak vyslechnuty všechny konkrétní požadavky zákazníků a je vynaloženo stoprocentní úsilí pro to, aby jim bylo kladně vyhověno. Jednou z dalších výhod je také to, že sám klient nemusí ztrácet čas při vyřizování dokumentací a jednání s úřady a orgány státní správy, neboť i tyto úkony jsou zajišťovány odbornými pracovníky ve Ferda's group nebo těmi, kteří s nimi úzce spolupracují. Profesionální projekční činnost ve Ferda's group zajišťuje zkušená projektantka. (ferdasgroup.cz)

7.2 PRO-DOMA PARTNER

V roce 2016 se firma Ferda's group přidala do programu **PRO-DOMA PARTNER**, čímž se stala součástí největší sítě stavebnin v České republice. Nejvíce materiálu je do stavebnin Ferda's group nakupováno právě přes velkoobchod PRO-DOMA , cca **40 – 50 % nákupního obrátu**. Dále funguje spolupráce společnosti Ferda's group s velkoobchody WOODCOTE, IZOMAT, STAVMAT. (Interní zdroj podniku, 2017)

Partnerství mezi firmou Ferda's group a firmou PRO-DOMA bylo založeno smluvním vztahem. Pro oba podniky to představuje mnoho výhod. Pro firmu PRO-DOMA tento vztah představuje zejména výhodu v získání odběratele zboží a materiálů. Čím více partnerů firma PRO-DOMA získá, tím lepší bude její odbyt.

Firma PRO-DOMA nabízí všem svým klientům takzvaný **PRO-BONUS PROGRAM**. Ten spočívá v tom, že zákazník při svých nákupech ve firmě PRO-DOMA (nebo u partnerů z programu PRO-DOMA PARTNER - jedná-li se zboží odebírané od firmy PRO-DOMA) získává body a po nasbírání určitého počtu bodů si může **vybrat odměnu z katalogu**, který firma PRO-DOMA pro zákazníky sestavila. PRO-BONUS PROGRAMU se může zúčastnit jakýkoli zákazník firmy PRO-DOMA. Tento program je sestavován vždy **dvakrát ročně** - jaro a podzim a jednotlivé akce platí na 3 měsíce, během kterých je možné sbírat body a tyto body lze v aktuálním programu uplatňovat zpravidla po dobu 4 měsíců. Takže každý rok akce trvá v součtu 6 měsíců.

Pro společnost Ferda's group představuje partnerství s firmou PRO-DOMA, kromě PRO-BONUS PROGRAMU, také několik dalších **výhod**:

- **Společnost Ferda's group** je díky spolupráci s firmou PRO-DOMA **zastřešena velkou a významnou značkou na trhu** - jedná se například o podporu marketingu, firma PRO-DOMA má výraznější marketing
- Uvedené partnerství **pro firmu Ferda's group představuje zjednodušení nákupů** zboží a materiálů, zlepšení podmínek - při nákupech získává firma Ferda's group například příznivé podmínky splatnosti
- **Za splnění určitých obrátových závazků** vůči firmě PRO-DOMA získává firma Ferda's group další odložené bonusy navíc na konci

V podstatě lze tento smluvní vztah definovat jako určitou formu franchisingu. Firma Ferda's group není nijak finančně závislá na firmě PRO-DOMA, ve smlouvě mezi těmito podniky jsou ukotveny pouze výše zmiňované obrátové závazky. Ve smlouvě mezi firmami je také zmíněna povinnost firmy Ferda's group dodržovat **pravidla**, jako je například označení prodejny nebo účast na zmiňovaných partnerských programech.

Více podrobných informací o tomto partnerství, bohužel, nelze získat, protože si to společnost PRO-DOMA nepřeje.

PRO-DOMA PARTNER je přední ryze český distributor stavebních materiálů, působící na trhu již od roku 1990. Jeho **prodejní síť** se každoročně rozrůstá a zkvalitňuje. Společnost PRO-DOMA provozuje 79 vlastních prodejen stavebnin, ze kterých expeduje stavební materiály všem svým partnerům. Mezi partnery stavebnin PRO-DOMA patří firma Ferda's group. (pro-doma.cz)

Jako svoji misi PRO-DOMA vnímá poskytování širokého portfolia produktů a služeb všem svým zákazníkům prostřednictvím dostupné pobočkové sítě se sofistikovaně pracujícím odborným personálem. Zákazníky firmy PRO-DOMA mohou být jak partneři z programu PRO-DOMA PARTNER, tak i běžní malí odběratelé.

Vizi společnosti PRO-DOMA je vybudovat nejširší síť vlastních a partnerských prodejen pod značkou PRO-DOMA, které budou zákazníka uspokojovat nejen v oblasti prodeje stavebních materiálů, ale i v dalších sortimentních oblastech. A jejich cílem je mít **150 vlastních a partnerských prodejen do roku 2020**. (pro-doma.cz)

Sortiment zasahuje do oblastí stavebních materiálů, potřeb pro řemeslníky, domácnost a zahradu. Společnost PRO-DOMA se ale nezabývá pouze **velkoobchodním a maloobchodním prodejem**. PRO-DOMA také poskytuje všem svým zákazníkům množství **služeb**, a umožňuje tak těmto zákazníkům příjemnější nákup s kompletním a profesionálním servisem. Mezi zmiňované služby patří profesionální **poradenství o stavebních materiálech, informování o akčních slevách výrobců a dodavatelů stavebních materiálů, zpracování individuálních cenových nabídek, doprava až na stavbu a skládání hydraulickou rukou nebo zprostředkování realizačních firem**. Společnost PRO-DOMA má také svou privátní značku. (pro-doma.cz)

Obrázek 4: Mapa prodejen stavebnin PRO-DOMA



Zdroj: pro-doma.cz

Mapa výše ukazuje rozdělení PRO-DOMA PARTNER partnerských prodejen v jednotlivých krajích, ty jsou znázorněny modrými značkami. Červené značky ukazují vlastní prodejny stavebnin PRO-DOMA.

7.3 Seznam katalogových položek

Společnost Ferda's group se věnuje prodeji mnoha skupin výrobků. Stěžejní jsou ty, které jsou využívány pro stavební účely, řadí se sem zejména následující **skupiny produktů**:

sádrokartony, tyče, trubky, dráty, prkna, kůly, palubky, hranoly, obrubníky, chodníky, zatravnovací desky, kamenné koberce, panely, omítky, stříkané omítky, písky, cement, betonové směsi, maltu, montážní pěny, míchačky, cihly, tvárnice, štuky, překlady, vaty, ocelové profily, lišty, obklady, dlažby, stropní podhledy, sloupky, plotové díly, pletivo, střešní tašky, hromosvody, okapy, komínové vložky a příslušenství, zárubně, dveře, brány, pily, pilové listy, kladiva, brusný papír, lopaty, rýče, kleště, palice, lžíce, vrtačky, hmoždinky, šrouby, vrtáky, vruty, vodováhy, šňůry, klíče, imbusy, špachtle.

Dále zde lze pořídit lepidla, spárovací hmoty, těsnění, objímky, kliky, zámky, žárovky, nože, nůžky na plech, rychlospojky, tavné pistole, solární plachty, pytle, košťata, vědra, kýble, půdní schody, kabely, spreje, barvy, laky, nátěry, lazury, impregnace, penetrace, štětce, válečky, papírové pásy, folie, postřiky, hnojiva, zahradní náčiní, kompostéry, pracovní oblečení, holínky, lavice, stolky, mycí prostředky, jako je SOLVINA, dále hadry, houby na mytí nebo rukavice.

Mimo jiné patří mezi prodávané produkty také zboží potřebné do koupelen, jako zrcadla, osvětlení, umyvadla, baterie, WC příslušenství, madla a čisticí prostředky.

8 Marketingový mix

Marketingový mix má také více podob, nejznámější a nejvyužívanější z nich je však základní marketingový mix 4P, který koncipoval E. Jerome McCarthy. Skládá se, jak název napovídá ze čtyř složek a písmeno P je počátečním písmenem čtyř anglických slov- **Price, Place, Product, Promotion**, řeč je tedy o ceně, místě prodeje, produktech a propagaci. Jedná se o metodu stanovení produktové strategie a produktového portfolia.

V jednotlivých bodech jsou popisovány ceny, slevy, speciální akční nabídky, dále místo prodeje a způsob distribuce ke konečnému zákazníkovi, následuje popis produktů a jejich vlastností, kvality, značky, záruky a nakonec způsob propagace produktů. Základní marketingový mix 4P byl postupem času rozšiřován a tak vznikly různé **varianty marketingového mixu**. Jedná se například o **rozšířený marketingový mix 7P**. (ManagementMania.com)

Níže je popsán rozšířený marketingový mix 7P stavebnin Ferda's group. Tento marketingový mix uvádí výhody a kroky, které společnost podniká, aby oslovila zákazníky a podpořila poptávku po svých produktech.

Základní marketingový mix 4P, který se skládá ze složek produkt, cena, místo prodeje a propagace, je **rozšířen o složky lidé, procesy a materiální prostředí**.

8.1 Produkty

Ve stavebninách Ferda's group jsou, kromě výše zmiňovaných, nabízeny také produkty, které nejsou běžně v sortimentu stavebnin. Patří mezi ně **prodej propan butanu a úklidové nebo bazénové chemie**. Na prodej propan butanových lahví je venku před budovou dostatečně velká upoutávková tabule. V případě prodeje propan butanu se jedná o velice přínosnou službu zákazníkům, zejména díky jedné z nejnižších cen v okolí. Pro úklid jsou zde zájemcům nabízeny produkty značky **HG**, také jejich cena je velice příznivá. Jedná se o prověřené, kvalitní a hlavně účinné uklízací prostředky vhodné do kuchyní, koupelen, pro bytové textilie, zahradu i širokou nabídku čističů na různé druhy skvrn. Propan butanové lahve a úklidová chemie značky HG jsou běžně objednávány a skladovány. **Produkty pro majitele bazénů** jsou zde nabízeny díky spolupráci s místním bazénovým specialistou **J. K. bazény** a jsou prodávány formou komisioního prodeje, takže pro stavebniny se nejedná o náklady navíc. Produkty jsou na prodejně zákazníkům nabízeny, ale cena za prodané zboží je firmou Ferda's group dodavateli J. K. bazény zaplácena souhrnem až po jejich prodeji zákazníkovi a odvíjí se od množství prodaných produktů. Jedná se zejména o produkty běžně spotřebovávané v domácnostech vlastních bazén a to převážně během letní sezóny, ale je zde také možnost, že se zákazníci rozhodnou získat kontakt na zmiňovaného prodejce bazénů a zahájit s ním tak spolupráci.

Další důležitou a oceňovanou službou je potom **doprava**. K té mají stavebniny dostatek dopravních prostředků a také, jak již bylo zmiňováno, kvalifikovaného řidiče, takže stačí jen dohodnout s klientem vhodné datum a místo doručení.

Stavebniny Ferda's group nabízejí svým zákazníkům také možnost vypracování **projektové dokumentace**.

Vzhledem k povaze a typu produktů stavebnin je těžké popisovat nějaké obaly. Ty, pokud u produktů jsou, musí v první řadě plnit ochranou funkci a sloužit snadné manipulaci, spíše než aby lákaly zákazníky ke koupi. U obalů se dbá kromě ochrany produktů, také na správné označení, protože u některých druhů zboží jsou malé rozdíly, například se může jednat o průměr hadic, který by bez jednoznačného označení na obalu nebylo téměř možné rozeznat. Kromě obalů je důležité, že je během prodeje kladen **důraz na kvalitu produktů a služeb**, které jsou s jejich prodejem spojeny. Jedná se zejména o **kvalifikovaný personál**.

8.2 Cena

Pro určování ceny je ve Ferda's group používáno více postupů. Záleží přitom na povaze produktů, existují dokonce skupiny produktů, jejichž ceny se mění velmi často, proto je cenová politika celkem nestálá a je třeba **dbát na aktuálnost, požadavky zákazníků a mimo jiné na konkurenci**. Ceny jsou určovány v první řadě podle ceníků konkrétního výrobce a dále je využívána **přirážková metoda** tvorby cen. Cena zohledňuje jak složku přímých nákladů, tak také složku nepřímých nákladů. Přímými náklady jsou zde nákupní ceny podniku, dopravné, náklady nakládky a vykládky, náklady na vyhotovování a obstarávání dokumentů, úroky z úvěru, odměny a nepřímými náklady potom jsou náklady na průzkum trhu, na propagaci nebo náklady na provoz. Cena je často využívána jako **prostředek pro oslovení zákazníků**, ve stavebninách Ferda's group jsou sestavovány různé akční nabídky.

8.3 Místo prodeje

Všechny nabízené produkty jsou zákazníkům distribuovány výhradně **v kamenné prodejně** na okraji Domažlic, zde také probíhají konzultace ohledně projekční činnosti. Vzhledem k povaze produktů je jiná distribuční cesta téměř vyloučená. Vyžaduje-li zákazník dopravu dodávky, je možné ji realizovat přímo zákazníkovi na jím určené místo, doprava je ovšem placená služba.

8.4 Propagace

K upoutání pozornosti zákazníků jsou ve stavebninách Ferda's group využívány **akční nabídky**, jako například **množstevní slevy** pro věrné zákazníky nebo **dárky** ke koupi určitých produktů. Probíhají také **speciální akce**, mezi které patří časově omezená procentní sleva na produkty určitého výrobce, v létě se jedná o prázdninovou akci.

Jindy to mohou být jen víkendové nabídky nebo nabídky na jednotlivé měsíce. Produkty, na které se sleva vztahuje, jsou voleny zpravidla podle sezonnosti, například v zimních měsících bývají zvýhodněny brikety. Tato metoda je velice osvědčená a pro zákazníky působí lákavě. Klienti se o plánovaných a právě probíhajících akcích dozvídají přímo při návštěvě prodejny, na internetu nebo díky inzerci, která je společností využívána.

Propagace stavebnin probíhá několika formami. Jednou z nich je **reklama v tisku**, ta je vydávána například v Domažlickém servisu, což jsou bezplatné inzertní noviny v regionu Domažlicka. Tento tisk je distribuován do všech domácností, které neodmítají ve svých schránkách reklamu, jedná se tedy o velké množství potencionálních zákazníků.

Reklama je také tištěna v **Domažlickém deníku**. Výše zmiňované speciální akční nabídky jsou zákazníkům komunikovány pomocí malých jednoduchých **letáčků**, které nechává podnik vytisknout a posléze roznášet do schránek domácností v Domažlicích a blízkém okolí.

Mezi využívané internetové zdroje patří nejen oficiální webové stránky **www.ferdasgroup.cz**, na kterých, kromě propagace, zájemci získají četné a užitečné informace o podniku, ale společnost se snaží zapojit také sociální sítě, zejména facebook.com, na kterém může veřejnost objevit mimo jiné právě aktuální akční nabídky.

Domažličtí mohou narazit na upoutávku na nákupních košících nebo oddělovačích nákupu na jednotlivých pásech u pokladen v hypermarketu **Kaufland**.

Ferda's group se snaží zapojit i do **kulturních akcí** na Domažlicku, jako jsou maturitní nebo jiné plesy, kam přispívají různými cenami v podobě dárkových poukázek na nákup v určité hodnotě nebo také svými **reklamními předměty**, to mohou být klíčenky, papírové bloky, propisky, trička, klobouky a podobně.

V Domažlicích a okolí je možné vidět několik **billboardů a reklamních tabulí**, které lákají k návštěvě prodejny. Jedna taková tabule je k vidění hned u vjezdu do objektu, což zákazníky bezpečně navede k jejich cíli. Tato tabule je k vidění na obrázku níže.

Další podobné tabule jsou k vidění také například ve Kdyni a jedná se o pozměněné tabule, které dříve sloužily pro upoutání pozornosti na kdyňskou pobočku Ferda's group. Jsou ale umístěny na dobrých a viditelných místech, proto bylo vhodné je nadále využívat.

Obrázek 5: Propagace stavebnin Ferda's group



Zdroj: Vlastní zpracování, 2017

8.5 Lidé

Díky zbožiznalým prodejčům má zákazník dostatek informací a dostane také cenné rady, pokud není sám zcela rozhodnutý o koupi nebo nemá dostatečné znalosti a přišel do stavebnin se spoustou otázek. Zákazníkům se na pokladně v prodejně stavebnin věnují 2 zaměstnanci. Ti mají na starost také odpovídání na **telefonické dotazy**. Ostatní personál má za úkol naskladňování, vyskladňování, rozvoz objednávek zákazníkům a doplňování produktů na prodejnu. Své služby v budově stavebnin Ferda's group nabízí zkušená **projektantka**. Vedení společnosti vyřizuje e-mailovou komunikaci s odběrateli, dodavateli a má na starost správu společnosti.

8.6 Procesy

Některé procesy probíhající na prodejně nejsou příliš standardizovány, důvodem je **rozmanitost potřeb a přání jednotlivých zákazníků**. Snaha o vyhovění všem těmto potřebám a přáním vyžaduje individuální přístup k zákazníkům. Základem je komunikace s klientem, vystavování faktur je již samozřejmě standardizováno, faktury mají náležitosti shodné s kupní smlouvou. Jedná se zejména o určení stran, předmět koupě, cenu.

Procesy týkající se správy podniku jsou potom méně rozmanité, což šetří čas a usnadňuje průběh těchto procesů. Jsou jasně stanoveny **postupy pro vyřizování objednávek, naskladňování, vyskladňování** zboží a materiálů, uzavírání smluv s dodavateli nebo postupy při kontrole převzatých dodávek.

8.7 Materiální prostředí

Materiální prostředí je tvořeno budovou prodejny stavebnin Ferda's group, která je výrazně a jasně označena, takže zákazníci rozhodně nemají problém svůj cíl nalézt. Fotografie budovy je uvedena výše. V blízkosti budovy se nachází prostorné parkoviště, je zde tedy dostatek prostoru pro manipulaci s materiály. V budově se nacházejí kanceláře vedení i projektantky, zázemí pro zaměstnance, dále velice prostorná prodejna a samozřejmě jsou také firemní sklady, jak venkovní, tak i vnitřní vytápěný a nevytápěný. Prodejna je koncipována tak, že pokladna je umístěna v těsné blízkosti vchodu, takže příchozí zákazníci jsou okamžitě v kontaktu s prodejci a mohou konzultovat své požadavky. Na následujícím obrázku je vyfocen interiér prodejny, kde je naznačeno vyrovnání zboží v regálech a na stojanech.

Obrázek 6: Interiér prodejny Ferda's group



Zdroj: Vlastní zpracování, 2017

9 Zákaznický servis

I ve stavebninách Ferda's group hraje zákaznický servis svoji významnou roli. Velice úzce souvisí s marketingem a je velice důležitý při řešení otázky související s konkurencí podniku, se získáváním nových a udržení stávajících zákazníků. Zákaznický servis jednoznačně podporuje spokojenost zákazníků, proto jsou v podniku vedeny kroky spojené se snahou aplikovat všechny složky zákaznického servisu do praktického chodu Ferda's group. Stavebniny Ferda's group se snaží mít vždy dostatečnou zásobu požadovaného zboží, informovat pravdivě zákazníka o jeho zakázce a odhadovat co nejpřesněji čas doručení této zakázky. Samozřejmostí je snaha co nejpřesněji vyhovět požadavkům zákazníka při dojednávání času a místa pro doručení objednaného zboží a materiálů.

Neméně důležité je také včasné a co nejrychlejší řešení případných nastalých problémů, jakými mohou být reklamace nebo nedostatek skladových zásob. Velice důležitá je tady komunikace se zákazníky a dodavateli, vedení společnosti dbá na to, aby všichni byli okamžitě a pravdivě informováni.

10 Dodavatelé

Ferda's group spolupracuje s množstvím dodavatelů - velkoobchodních partnerů a výrobců, jejichž kompletní výčet je uveden níže.

Dodavateli stavebnin Ferda's group jsou firmy PRO-DOMA, SE; LB Cemix, s.r.o.; WOODCOTE CZ, a.s.; AGROPODNIK DOMAŽLICE a. s.; Den Braven Czech and Slovak, a.s.; SIKO CB SE; WINKLMANN spol. s r. o.; TECHNIMAT, s.r.o.; KRALUPOL, s.r.o.; EURO NÁŘADÍ, s.r.o.; HET spol. s r.o.; IZOMAT stavebniny s.r.o.; STAVMAT STAVEBNINY, a.s.; OBB stavební materiály, spol. s r.o.; KM Beta, a.s.; NEVA Agent, s.r.o.; BÖGL a KRÝSL, k.s.; SEMIN CZ, a.s.; Schiedel, s.r.o.; Ptáček - velkoobchod, a.s.; TRANSFORM Lázně Bohdaneč, a.s.; BRALEP, s.r.o.; Franken Maxit s.r.o.; Gutta ČR - Praha spol.s r.o.; UNIKONTA, s.r.o.; LB MINERALS, s.r.o.; KERAMIKA SOUKUP, a.s.; ONDULINE - stavební materiály, spol. s r.o.; MC - Bauchemie, s.r.o.; GODELMANN CZ, s.r.o.; LIKOV, s.r.o.; KONTINENT SERVICE, s.r.o.; EKO KOMÍNY, s.r.o.; DSP - MARKET, s.r.o.; Amos Home Studio, s.r.o.; ŠROUBEK Ústí nad Labem, s.r.o.; EMOS spol. s r.o.; Pavel Veselák; ORLIBIT, s.r.o.; MOTIP DUPLI, s.r.o.; DECORSTONE, s.r.o.; FERRUM PLZEŇ spol. s r.o.;

Selena Bohemia, s.r.o.; REPLAST holding, spol. s r.o.; PPHU "BIELBET" Paszko Grzegorz; Stanislav Bardoun, f.o.; ZZM, spol. s r.o.; DŘEVO TRUST, a.s.; HPM TEC, s.r.o.; Gunnex, s.r.o.; Karel Šota - obklady a dlažby, spol. s r.o.; STŘECHY ŠOT, s.r.o.; DG Tip, spol. s r.o.; ECLISSE ČR, s.r.o.; Miroslav Beneš, f.o.; Mgr. Petr Stejskal, f.o.; G. Ederer GmbH; EKOCIS, spol. s r.o.; REFAGLASS s. r. o.; TRIBASE electric, s.r.o.; Vít Tarkulič, f.o.; TOPTRADE CZECH, spol. s r.o.; Jan Kuželík, f.o.; Magic Hodonice, s.r.o.; E-CORECO, s.r.o.; PSP.ADV-GROUP, s.r.o. (Interní zdroj podniku, 2017)

Mezi společnostmi Ferda's group a jejími dodavateli probíhá především **e-mailová komunikace**. Ve firmě existuje celkem jednoduchý způsob objednávek. Stavebniny Ferda's group spolupracují s velkoobchody a od nich odebírají zboží a materiály. Jak bylo již výše zmiňováno, tento způsob získávání zásob zajišťuje 40 až 50% nákupního obrátu. Nejčastěji se jedná o velkoobchod PRO-DOMA. V tomto případě se jedná zároveň o nejjednodušší způsob, který šetří stavebninám Ferda's group čas a to díky partnerství s firmou PRO-DOMA. Stavebniny Ferda's group nakupují většinu zboží sami přímo od výrobců, protože využívají plných mocí od svých velkoobchodních partnerů PRO-DOMA, WOODCOTE, IZOMAT, STAVMAT. Tento způsob objednávek nelimituje komunikaci stavebnin Ferda's group s výrobcí.

System plných mocí funguje následovně:

- Začátkem roku dostane firma Ferda's group od svého velkoobchodního partnera doklad, tento se **nazývá plná moc**, který opravňuje stavebniny Ferda's group objednat si zboží jménem daného velkoobchodního partnera přímo u konkrétního výrobce.
- Doklad plná moc má svůj **unikátní kód**, který musí být doplněn do každé objednávky. Jsou také jasně definované e-mailové adresy, ze kterých mohou být objednávky odeslány.

Jako **příklad** využívání plné moci lze uvést spolupráci firmy Ferda's group se společností BEST a. s. (od společností BEST a. s. firma Ferda's group objednává pomocí plné moci od velkoobchodního partnera PRO-DOMA):

- Velkoobchod PRO-DOMA zašle v lednu společnosti Ferda's group **plnou moc s unikátním číslem**.
- Stavebniny Ferda's group objednávají od firmy BEST a. s., není třeba kontaktovat velkoobchod PRO-DOMA. Objednávku a dodávku zboží řeší pouze firma BEST a. s. a firma Ferda's group.
- Velkoobchod PRO-DOMA obdrží fakturu od firmy BEST a. s. a tuto přefakturuje stavebninám Ferda's group. Při přeposílání faktury od velkoobchodu PRO-DOMA stavebninám Ferda's group je původní fakturovaná částka navýšena o přírůžku velkoobchodu PRO-DOMA.

Stavebniny Ferda's group tedy objednávají od firmy BEST a. s., ale fakturu následně obdrží od velkoobchodního partnera PRO-DOMA. Na objednávkách vystupuje firma BEST a. s. jako dodavatel, firma PRO-DOMA PARTNER jako odběratel a stavebniny Ferda's group jako příjemce.

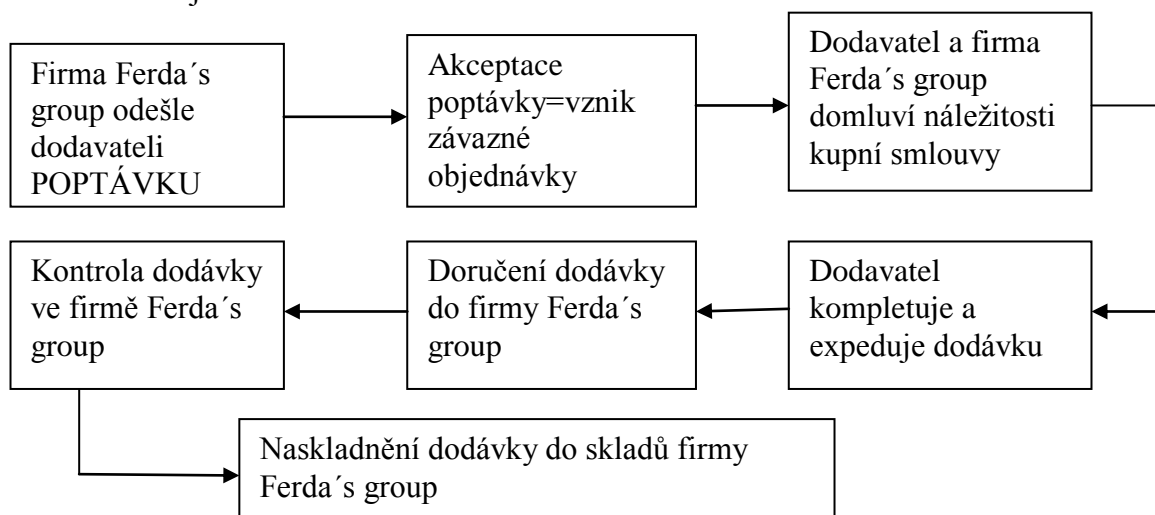
Obecně mají všechny objednávky stavebnin Ferda's group jednoduché následující schéma:

- Ferda's group komunikují své požadavky s dodavateli, většinou formou e-mailu zašle firma Ferda's group dodavateli **poptávku**.
- Dodavatel může souhlasit s dodáním požadovaných produktů nebo nabídne svůj pozměněný návrh, důvodem pro tento pozměněný návrh může být fakt, že dodavatel nemá dostatek požadovaných produktů.
- Dodavatel tedy poskytne firmě Ferda's group nabídku, která musí obsahovat podstatné **náležitosti smlouvy**. Mezi tyto náležitosti patří zejména **určení stran, předmět koupě a cena**. Do této chvíle se jedná o nezávaznou nabídku, má tedy pouze informativní charakter.
- Firma Ferda's group může **nabídku akceptovat** ve stanovené lhůtě a následně vznikne **smlouva kupní**.

- Dodavatel a stavebniny Ferda's group si v objednávce upřesní **dodací lhůtu**, která může být stanovena přesným datem nebo určením lhůty, dále si sjednají **platební podmínky a záruky** za dodané zboží. Po doručení a kontrole dodávky zbývá uložit zboží a materiály do skladů ve Ferda's group a zanést nové stavy zásob zboží a materiálů do používaného počítačového systému **DUEL**.

Na následujícím schématu je možné vidět výše popsany **průběh objednávek od dodavatelů**:

Obrázek 7: Objednávka od dodavatele



Zdroj: Vlastní zpracování,

2017

K objednávání zásob ve firmě Ferda's group dochází dvěma způsoby. Jedná se buď o doplnění skladových zásob, nebo o objednávku podle požadavků konkrétních zákazníků. Tyto objednávky jsou v souladu s logistickou technologií **Quick response**. V tomto případě záleží na potřebách odběratele, který přijde na prodejnu se svými specifickými požadavky. Způsob, který firma Ferda's group používá při jednání s těmito zákazníky je popsán níže v kapitole ODBĚRATELÉ (11).

Kontrola doručených zásilek

Přejímka doručovaných zásilek zboží a materiálu je obvykle prováděna určitým zrychleným procesem. Protože se jedná o přebírání většího množství produktů a dopravce mnohdy spěchá, aby doručil ještě další zásilky, je tento proces sjednán tak, aby vyhovoval všem zúčastněným stranám. Náklad je tedy **vyložen** ve firmě Ferda's group, následně je podepsána takzvaná **přejímka bez kontroly** a dopravce pokračuje dál ve své cestě.

Poté přichází na řadu **podrobná kontrola** prováděná některými ze zaměstnanců. Zpravidla je na tuto kontrolu v dohodě vyčleněno **48 hodin**. Během této doby má Ferda's group možnost **reklamovat zásilku** u výrobce. Důvodem pro reklamaci může být nedodržení objednaného množství, záměna produktů nebo o poničení některých produktů během dopravy. Reklamace se vyřizují většinou prostřednictvím technika výrobce reklamovaného zboží. Výrobce pak rozhoduje, zda je reklamace **oprávněná** a vyhodnocuje ji podle svých podmínek. Je-li **reklamace uznána** výrobcem jako oprávněná, dojde k nápravě dodávky tak, aby byla dodržena původní objednávka.

Stavebninám Ferda's group jsou tedy **dodány chybějící kusy** nebo **vyměněny poničené produkty** za bezvadné. V případě, že došlo k záměně produktů, výrobce vezme zpět omylem doručené produkty a dodá správný požadovaný typ produktů.

Po detailní kontrole dodávky následuje její umístění na sklady. Při úkonech souvisejících s přejímkou a uskladněním zboží a materiálů je také využíván program DUEL od společnosti Ježek Software.

11 Odběratelé

Odběratele stavebnin Ferda's group lze rozdělit do dvou skupin. První z nich je skupina **drobných odběratelů**. Tito drobní odběratelé jsou odběratelé bez smlouvy platící **hotovostí nebo platební kartou**. Jedná se zejména o jednotlivce, kteří zásobují své stavby domů nebo rekonstrukce. Tito se podílí na 40% celkového obratu společnosti. Zmiňovaní zákazníci mohou kdykoli během otevírací doby (pondělí až pátek od 7:00 do 17:00 a sobota od 7:30 do 11:30 v letních měsících, v zimě je otevřeno od 8:00) navštívit domažlické stavebniny a okamžitě si odvézt vše potřebné nebo se domluvit na času a místě pro dopravu zásilky stavebninami Ferda's group.

Další skupinou zákazníků jsou **stavební firmy**, ty vytvářejí asi 60% celkového obratu firmy Ferda's group. S těmito zákazníky jsou uzavřeny dodavatelsko-odběratelské smlouvy. Až na výjimky se jedná převážně o osoby samostatně výdělečně činné nebo o společnosti s ručením omezeným. Díky **dodavatelsko-odběratelským vztahům** má tato skupina odběratelů možnost nakupovat na fakturu. Zejména obchodní partneři, kteří odebírají objemné dodávky, tento postup oceňují.

Schéma pro postup tvorby vzájemných vztahů je podobné pro obě skupiny zákazníků:

- Zákazník sdělí stavebninám svůj **požadavek**
- Stavebniny popřít **akceptují** nebo dojde k dohodě o změně objednávky tak, aby vyhovovala oběma stranám, to znamená k dohodě o detailech v rámci možností stavebnin a na základě jejich skladových zásob
- Zákazník sdělí stavebninám, zda si zboží sám odveze nebo požaduje dodání od firmy Ferda's group
- Stavebniny a zákazník se dohodnou na **způsobu platby**, případně na datu a místě dopravy
- Zákazník **zaplatí** za objednanou dodávku

Rozdíl mezi vztahem stavebnin Ferda's group s **drobnými odběrateli** a vztahem stavebnin Ferda's group se **stavebními firmami** spočívá zejména ve **způsobu plateb**.

Drobní odběratelé, kteří nemají se stavebninami uzavřené dodavatelsko-odběratelské smlouvy, musí platit za zboží a materiály na místě. Naopak odběratelé, jejichž vztahy se stavebninami Ferda's group jsou založeny na dlouhodobé spolupráci a na základě smluv, mají možnost platit své faktury později v určených lhůtách.

Ve firmě Ferda's group jsou využíván jak systém **PULL**, tak i systém **PUSH**. V následujícím textu jsou popsány **možnosti**, jaké jsou nabízeny zejména **drobným odběratelům**:

- Je-li požadované zboží **dostupné** na skladech firmy Ferda's group a zákazník si jej hodlá okamžitě **odvézt sám**, dostane po **zaplacení** na pokladně stavebnin účtenku nebo dodací list, podle potřeb zákazníka a zaměstnanci stavebnin tomuto zákazníkovi připraví jeho zaplacené **zboží a materiály** k odvozu.

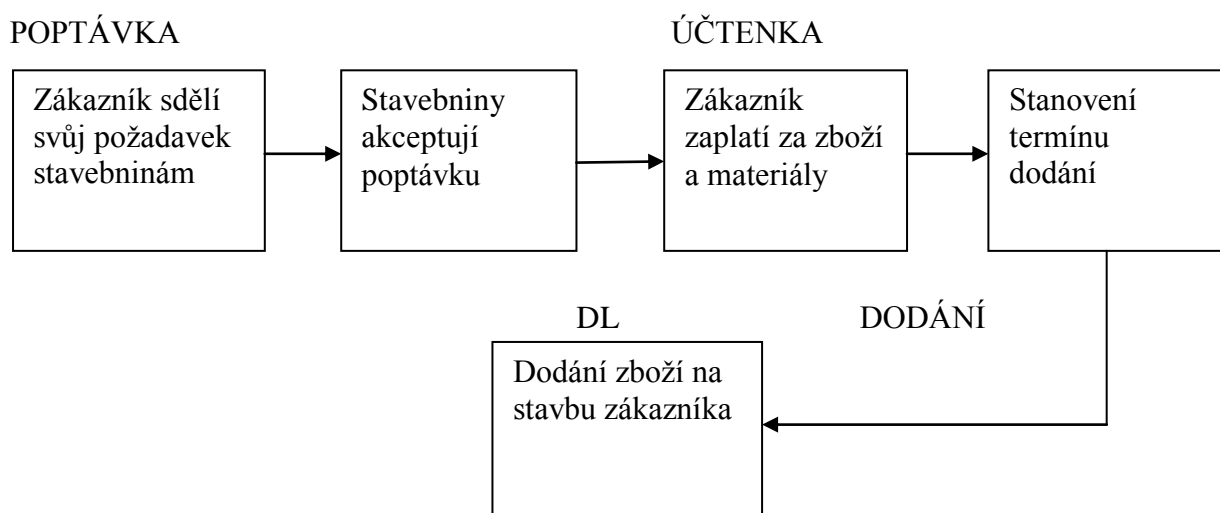
Dodací list (běžně je ve stavebninách využívána zkratka DL) je vystavován zákazníkům, kteří jsou zavedeni v systému společnosti Ferda's group. Pokud přijde do stavebnin zcela nový zákazník a přeje si ke svému zboží dodací list, není problém tohoto zákazníka do systému zavést, stačí, když na pokladně nahlásí celé své jméno, adresu a kontakt.

Existují také **další způsoby** průběhu zakázky:

- Je-li zboží na **skladech** stavebnin a zákazník požaduje **dopravu od firmy Ferda's group**, dojde opět k **zaplacení**, zákazník obdrží účtenku a dohodne si na místě **termín a způsob dopravy** tak, aby vyhovoval oběma stranám. Až poté, co je zboží dopraveno zákazníkovi, obdrží zákazník dodací list, který podepíše.

Jestliže si zákazník přeje zboží, které je běžně nabízeno, ale není momentálně skladem, pak stavebniny Ferda's group vyhotoví **objednávku vystavenou** a zboží je objednáno. Po naskladnění dodávky stavebniny uvědomí zákazníka, že jeho požadované zboží je již dostupné. Dále se postupuje podle jednoho ze způsobů nastíněných výše. Následující schéma popisuje situaci, kdy stavebniny mají požadované zboží a materiály k dispozici a zákazník požaduje dopravu na svou stavbu. Výše popisované možnosti jsou v souladu se systémem **PUSH**.

Obrázek 8: Schéma prodeje s vlastním odvozem



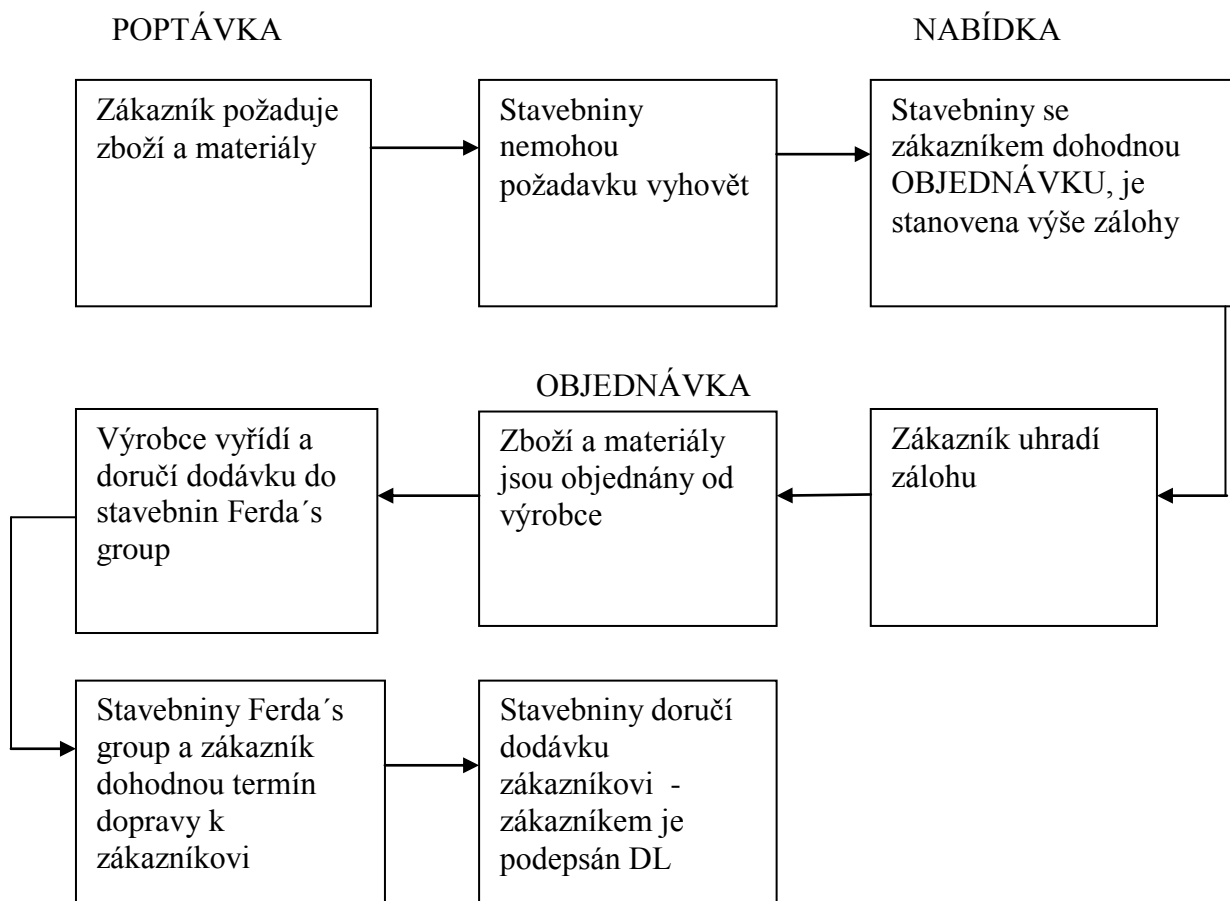
Zdroj: Vlastní zpracování, 2017

- Je možné také pro zákazníka zařídit objednávku i za předpokladu, že stavebniny Ferda's group **nemají dané produkty běžně drženy na skladech** a budou je získávat od svých dodavatelů přímo **podle potřeb** zákazníka, jedná se tedy o **PULL systém**. Jak bylo zmiňováno v textu výše, v těchto případech podnik postupuje podle pravidel logistické technologie **Quick response**. Jedná-li se o tento případ, platí zákazník nejdříve **zálohu**, která pro stavebniny slouží jako jistina, že nedojde ze strany zákazníka k odstoupení od dohody. Výše zálohy je určena s přihlédnutím na produkty a jejich množství v dané objednávce. Po zaplacení této zálohy zákazníkem, postupují stavebniny Ferda's group klasickým způsobem objednávek u výrobce, který byl popsán výše v kapitole DODAVATELÉ (10). Po doručení objednávky na sklady firmy Ferda's group je zákazník uvědoměn a následně se obě strany domluví na **způsobu předání dodávky** zákazníkovi.

Doba potřebná pro vyřízení objednávky až do jejího doručení ze strany výrobce se liší. Samozřejmě záleží na složení objednávky samotné. Je-li to možné, využívá firma Ferda's group **pravidelných linek** jednotlivých velkoobchodních partnerů. Firma Ferda's group se snaží maximálně vyhovět požadavkům zákazníka, takže některé objednávky pro zákazníka jsou vyřešeny do 1 týdne. Podmínkou je zde to, aby daný velkoobchodní partner měl požadované zboží nebo materiály na skladech. Je-li objednáno větší množství materiálů nebo zboží od výrobce, pak je třeba vyčkat na vytížení celého kamionu. To může zabrat 5 pracovních dnů, ale i měsíc, záleží zde na **dostupnosti zboží**.

Existuje také možnost, že si zákazník vyzvedne objednávku přímo **u dodavatele** - výrobce. V tomto případě získá od stavebnin Ferda's group plnou moc, kterou se u výrobce prokáže. Schéma níže popisuje situaci, kdy objednávku doručí stavebniny Ferda's group zákazníkovi na jeho stavbu.

Obrázek 9: Schéma objednávky podle požadavků zákazníka



Zdroj: Vlastní zpracování, 2017

Není-li odběratel se zbožím nebo materiály spokojen, může je **vrátit**. Vrátit lze pouze nepoškozené produkty, které jsou běžně drženy na zásobách podniku Ferda's group. Zákazník musí mít samozřejmě k dispozici **doklad**, že zboží ve stavebninách nakoupil. Poté je mu vrácena suma, která odpovídá ceně, za kterou zboží a materiály nakoupil.

Pokud zákazník není spokojen s dodávkou, která byla objednána přímo od dodavatele podle přání zákazníka a nejedná se tedy o produkty běžně skladované, pak stavebniny Ferda's group zpravidla tuto zakázku zpět neberou. Může ale nastat výjimečná situace, kdy sám výrobce stavebninám Ferda's group garantuje, že tuto dodávku odebere zpět.

12 Řízení toku materiálu

Jak je již zmiňováno v teoretické části této bakalářské práce, ze všeho nejdůležitější je věnovat velkou pozornost v první řadě **toku informací**. Nejdříve je nutné dohodnout veškeré detaily mezi stavebninami Ferda's group a jejími dodavateli a odběrateli.

Díky včasnému jednání dochází pravidelně k **doplňování zásob** zboží na sklady i do prodejny, takže se nestává, že by zákazníci nezískali požadovaný produkt. Může dojít k chybě ze strany dodavatele, nastane-li nepředvídatelná **negativní událost ve výrobě**.

Další možnou příčinou toho, že do stavebnin Ferda's group není objednané zboží včas doručeno, může být **nepříznivé počasí**, které má vliv na dopravu.

Ve Ferda's group může výjimečně dojít k **vyprodání** určitého zboží v důsledku akčních nabídek nebo neočekávaného zájmu zákazníků o daný produkt, tyto situace jsou ale okamžitě napravovány.

Logističtí teoretici doporučují, aby podnik odlišoval oddělení nákupu a oddělení zásobování. To je samozřejmě velice cenná rada, ale spíše pro výrazně větší podniky, než jsou stavebniny Ferda's group. Protože je zde zaměstnáno pouze **10 zaměstnanců**, nebylo by zavedení oddělení nákupu a oddělení zásobování v podmínkách firmy Ferda's group ekonomicky výhodné. Všechny činnosti jsou samozřejmě pečlivě **odděleny a zpracovávány** vedením firmy. Poté, co jsou vedením firmy Ferda's group **zanalyzováni** všichni potencionální **dodavatelé** a je pečlivě prověřena jejich spolehlivost, mohou s nimi být navázány **vztahy** a následně uzavřeny dodavatelsko-odběratelské **smlouvy**. Neustálá bdělost a stálé hledání případného výhodnějšího dodavatele jsou zde samozřejmostí. Se stávajícími dodavateli pak zaměstnanci firmy Ferda's group pravidelně komunikují a získávají tak potřebné produkty pro správný a plynulý **chod společnosti**.

12.1 Balení

Obaly mají, vzhledem k povaze zboží a materiálů, za úkol hlavně **chránit**. Jsou ale také důležité pro snadné **skladování, manipulaci a přepravu**. Stavebniny Ferda's group využívají spotřebitelské, skupinové i přepravní obaly.

Velmi často jsou využívány pytle, **konkrétně** je možné udat jako příklad **papírové pytle** s cementem. V těchto pytlích je vždy 20 kg produktu, není tedy třeba cement převažovat po každém požadavku jednotlivých zákazníků, což urychluje průběh zakázky podnikem a mimo jiné je to také jednodušší pro zaměstnance stavebnin i samotného zákazníka při manipulaci s nákladem. Na následujícím obrázku jsou znázorněny zmiňované pytle s cementem.

Obrázek 10: Pytle s cementem



Zdroj: Vlastní zpracování, 2017

Pytle mohou být papírové nebo igelitové a jsou využívány zejména proto, že jsou **lehké a skladné**. Kromě pytlů jsou využívány také **krabice**. Spousta produktů ale není jednotlivě balena do spotřebitelských obalů. Jedná-li se o velice malé součástky, jako šrouby nebo některé malé nářadí, je potřeba, aby si zákazník sám určil požadovaný počet kusů. Tyto produkty jsou na prodejně seskupené do boxů nebo košíků a vystavené v regálech, ze kterých si zákazník vybere konkrétní **typ a množství**.

Obaly musí být **jednoznačně označeny**, aby byl každý okamžitě informován o obsahu a objemu obalů. Na obalech je uveden přesný typ a množství produktu, pokud je to podle povahy produktu potřeba, uvádí se i datum výroby a lhůta nebo doporučené datum spotřeby. Nesmí chybět **popis složení a informace o výrobcí**. Je zde také naznačen vhodný způsob manipulace s jednotkami, aby nedošlo k porušení obalů a tím následně k poškození nebo změně množství balených produktů.

12.2 Přeprava

Jak je uvedeno již v popisu firmy Ferda's group, pouze 1 osoba má **kvalifikaci řidiče**, neznamená to ale, že nikdo jiný v podniku během své pracovní doby nevyužívá firemní dopravní prostředek. Kvůli pracovní náplni zaměstnanců stavebnin jsou zaměstnávání zejména muži, takže většina z nich je tedy kompetentní rozvážet zásilky zákazníkům. Pro tyto účely slouží firmě Ferda's group 1 **skříňová dodávka**, 1 **sklápěcí dodávka** a 1 **nákladní vůz s hydraulickou rukou**. Výše zmiňovaný zaměstnaný řidič má pak na starost zejména obsluhu nákladního vozu s hydraulickou rukou, které uveze až 8 tun nákladu.

Tento nákladní vůz s hydraulickou rukou je znázorněn níže na obrázku 11. Běžně je používána zkratka HR.

Obrázek 11: Nákladní vůz s HR



Zdroj: Vlastní zpracování, 2017

Doprava objednaných zásilek zákazníkům je **placená služba** a je zpoplatněna následovně:

- Dodávka skříňová-11 Kč bez DPH/km
- Dodávka sklápěcí-12 Kč bez DPH/km
- Nákladní vůz s HR-28 Kč bez DPH/km

Pro účely dopravy podnik Ferda's group může využívat také služby **spedičních firem** nebo výrobců a dodavatelů, kteří mají k dispozici kamiony. Jedná se o situace, kdy si zákazník přeje dopravit přímo na svoji stavbu objednávku, která **vytíží celý kamion** a zákazník je schopen zařídit si **vlastní vyložení** této dodávky materiálu. Tyto případy je možné ve stavebninách Ferda's group vyřídit během **tří dnů**. Přeje-li si zákazník vyložení nákladu od zaměstnanců stavebnin Ferda's group pomocí nákladního vozu s hydraulickou rukou, může vyřízení trvat až 14 dní.

Pokud si zákazník objedná materiál, který zaplní pouze **půl kamionu** a žádá také vývoz ze stavebnin Ferda's group, potom je třeba **počkat**, až výrobce daný kamion úplně vytíží dalším objednaným zbožím, což trvá zpravidla **1 týden** a dále je zákazník zařazen do pořadníku na dopravu firmy Ferda's group, to může v sezoně zabrat až 2 dny od dovozu zboží na sklad.

K přemístování objemnějších nebo váhově **náročných nákladů** po prostorách objektu slouží 2 **vysokozdvížečné vozíky**, které jsou zobrazeny na obrázku 12. Tyto jsou často využívány zaměstnanci stavebnin při naskladňování doručeného a vyskladňování prodaného zboží a materiálů.

Obrázek 12: Vysokozdvížečný vozík



Zdroj: Vlastní zpracování, 2017

Na obrázku číslo 13 je vyfocena používaná skříňová.

Obrázek 13: Skříňová dodávka



Zdroj: Vlastní zpracování, 2017

13 Zásobování a skladování

V následujícím textu je popsán **postup objednávek** produktů od dodavatelů firmy Ferda's group a dále jsou uvedeny **způsoby skladování** dodávek doručených od těchto dodavatelů.

13.1 Zásobování

Zásobování podniku zbožím a materiály funguje na základě výše uvedeného schématu o vztazích s dodavateli. **Konkrétně** je níže popsána situace, kdy firma Ferda's group objednává náradí **od dodavatele** přes velkoobchod PRO-DOMA. Jejich komunikace začíná zasláním e-mailu firmě PRO-DOMA PARTNER. E-mail obsahuje dokument s názvem **VYSTAVENÁ OBJEDNÁVKA**.

Tento dokument má jasně stanovené **náležitosti**, mezi které patří kompletní **adresa** Ferda's group včetně kontaktů, daňového identifikačního čísla a identifikačního čísla organizace, Ferda's group zde vystupují jako **odběratel a příjemce zároveň**, dále je třeba udat také kompletní adresu firmy PRO-DOMA PARTNER, také včetně kontaktů, IČO a DIČ. Vystavená objednávka musí mít samozřejmě své **jedinečné číslo**, musí zde být uvedeno **datum** jejího vystavení a také jméno osoby, která formulář vyplnila. Dále je nezbytné zadat sjednaný **způsob platby**, v daném konkrétním příkladu se jedná o převodní příkaz. Formulář upřesňuje **dopravní dispozice**, tedy způsob dodání a nesmí chybět ani požadovaný **termín dodání**.

Další část dokumentu se týká přímo produktů, je nutné udat **označení výrobků**, jejich přesný **název** a požadované objednávané **množství**.

Na samém konci formuláře se nachází **souhrn** požadovaného množství zboží a kolonka pro případný podpis, tato je vyplňována pouze v případě, že je objednávka odesílána poštou nebo dodavateli předána osobně, což ale ve firmě Ferda's group nebývá zvykem, takže kolonka pro podpis zůstává nevyplněná.

Konkrétní dokument **VYSTAVENÁ OBJEDNÁVKA** je součástí příloh této bakalářské práce. Jedná se o přílohu A.

Po odeslání tohoto dokumentu velkoobchodu PRO-DOMA je už následná komunikace stejná, jak bylo zmiňováno výše.

- Dodavatel objednávku **akceptuje** nebo dojde k domluvě na detailech a případných změnách.
- Společnost Ferda's group získá **informace** o celkové **ceně a datu splatnosti**.
- Následně je od dodavatele zásilka **expedována** a přejímána u firmy Ferda's group.
- Posledním krokem je **naskladnění** přijaté zásilky na sklady.

Doba, která uplyne mezi jednotlivými objednávkami, se liší, samozřejmě zde hodně záleží opět na **sezóně** a také na typu zboží nebo materiálů. Ve firmě Ferda's group není pevně stanovená délka dodávkového cyklu. Zásoby jsou objednávány **dle potřeb** podniku.

Doba, která uplyne od objednání zboží do jeho dodání, se také liší, je **individuální** dle jednotlivých výrobců. Objednávky s menším objemem, které jsou stavebninám Ferda's group zaváženy přepravními společnostmi **PPL, DHL, TOP trans**, jsou většinou vyřízeny do **48 hodin** od jejich objednání. V případě větších zásilek je třeba vyčkat na vyřízení kamionové dopravy. Tuto dopravu může zajišťovat výrobce nebo spediční firma, tyto objemné zásilky jsou zpravidla vyřízeny během pěti pracovních dní. Velkoobchodní partneři mají sestaveny **pravidelné linky**, kterými zajišťují dodávky zboží a materiálů svým partnerům.

13.2 Skladování

Po vyřízení objednávky, doručení dodávky a jejím přijetí je důležité celou zásilku vhodně **rozdělit a uložit na správné místo**, než dojde k prodeji zákazníkovi. Způsoby prodeje byly již zmiňovány v textu výše. Veškeré zásoby se zde skladují **na třech různých místech** v blízkosti budovy prodejny.

Hlavním **kritériem** pro volbu skladovacích prostor daných produktů je **povaha** těchto produktů.

V blízkosti prodejny stavebnin se nachází **venkovní skladování**, sem je možné umístit betonové výrobky, cihly, sítě, dráty, pisky a další podobné nenáročné produkty. Tyto jsou také často prostorově náročné a proto nevhodné do uzavřených skladů.

Obrázek 14: Venkovní sklad



Zdroj: Vlastní zpracování, 2017

Nacházejí se zde také **dva uzavřené sklady**. Jeden je vytápěný a druhý ne. **Vytápěný sklad** je blíže k prodejně, proto jsou zde uschovány i produkty, které není třeba mít přímo vystaveny na prodejně ani uschovány ve vytápěném skladu, ale je potřeba mít je blízko **po ruce**, protože jsou často prodávány. Jedná se o podmínkové rohové lišty. V tomto vytápěném skladu je třeba uschovávat zboží, které nesmí přijít do kontaktu s mrazem a jinými nepříznivými podmínkami. Jedná se zejména o **barvy, tmely** a podobné produkty. Fotografie níže zobrazuje vnitřní vytápěný sklad.

Obrázek 15: Vytápěný sklad



Zdroj: Vlastní zpracování, 2017

Ve druhém vnitřním **skladu, který není vytápěn**, jsou skladovány suché omítkové a maltové směsi (běžně používaná zkratka je **SOMS**), dále **vaty, cement, vápno** a další produkty, které není vhodné skladovat venku, kde jsou ohrožovány působením **nepříznivého počasí** a byly by zde také vystaveny **krádežím**. Sklad je opět zobrazen na fotografii níže.

Obrázek 16: Nevytápěný sklad



Zdroj: Vlastní zpracování, 2017

Oba tyto **sklady jsou průchozí, zamykatelné** a přístupné přímo z prodejny, což usnadňuje rychlou a snadnou obsluhu zákazníků. Nevytápěný sklad je také přístupný přímo zvenku, není tak nutné stále procházet prodejnou a rušit zákazníky při jejich výběru.

Ve skladech je zboží umístěno zejména **na paletách**, případně také **v regálech**. Obrázek níže přibližuje umístění zboží ve vytápěném skladu v regálech. Velkou roli i během skladování hraje pro firmu Ferda´s group **sezónnost**. Po letních měsících, kdy poptávka po stavebních materiálech klesne, je třeba zásobu skladovaného zboží snížit. Během zimních měsíců je skladová zásoba nižší a klade se důraz i na jiné produkty, než v létě.

Obrázek 17: Zboží uložené v regálech



Zdroj: Vlastní zpracování, 2017

V zimě na přelomu let 2016 a 2017 byla skladová zásoba relativně vysoká, což pro podnik ale není běžná situace. Toto bylo způsobeno v důsledku uzavření kdyňské pobočky stavebnin Ferda's group, kdy byly skladové zásoby ze Kdyně přesunuty na sklady do Domažlic. Vedení společnosti předpokládá, že tento stav se během nadcházející letní sezóny opět srovná do běžných hladin.

ZÁVĚR

Předmětem této bakalářské práce bylo představit logistické řešení stavebnin Ferda's group. V první části práce, která se věnovala teorii, byly uvedeny hlavní logistické pojmy, definice logistiky, její cíle a následovaly důležité kapitoly, jejichž obsah souvisí s praktickou částí práce. Jednalo se zejména o popis procesů probíhajících v podniku Ferda's group, jako řešení toku materiálu a informací, zásobování, skladování nebo služby zákazníkům.

Po teoretické části následovala část praktická. V té byl detailně popsán podnik Ferda's group a jeho hlavní velkoobchodní partner, společnost PRO-DOMA. V této části jsou rozebrány výhody, které partnerství oběma podnikům přináší. Pro firmu PRO-DOMA se jedná zejména o získávání odběratelů pro své zboží a materiály. Společnost Ferda's group potom oceňuje výhody v podobě takzvaného PRO-BONUS programu, dále se jedná o cenová zvýhodnění při odebírání od velkoobchodu PRO-DOMA a neméně důležitá je také výrazná propagace celé sítě PRO-DOMA partner.

Práce obsahuje marketingový mix stavebnin Ferda's group, který naznačuje, jak firma oslovuje a získává nové zákazníky, a jak si udržuje zákazníky stávající.

V dalších kapitolách jsou informace o ostatních dodavatelích firmy Ferda's group a o odběratelích. Popsány byly vztahy stavebnin Ferda's group s jejich dodavateli i odběrateli. Následoval rozbor jednotlivých logistických procesů ve firmě, tyto procesy byly definovány a popsány v teoretické části. Jedná se zejména o způsoby objednávek od dodavatelů, způsoby prodeje zboží a materiálů odběratelům. Práce se věnovala také službám, jednalo se o dopravu. Praktická část také obsahovala několik konkrétních příkladů a schémat, která ukazují reálný chod firmy Ferda's group.

Cílem práce bylo zjistit, jaké logistické činnosti v podniku probíhají. Tento cíl byl naplněn v praktické části práce, která tyto činnosti popisuje. Dalším cílem byla analýza materiálových a informačních toků, ke kterým ve společnosti dochází. Tato analýza je také součástí praktické části práce a souvisí s výše zmiňovaným cílem, zjistit, jaké činnosti v podniku probíhají.

V průběhu zpracovávání praktické části práce se ale nepodařilo získat všechny potřebné informace pro určení míry kvality služeb v logistickém řetězci, což bylo posledním cílem práce.

Pokud by podnik věnoval těmto kritériím více pozornosti, získal by cenné informace týkající se spolehlivosti dodání nebo úplnosti dodávek, tato kritéria je vhodné sledovat při posuzování dodavatelů. Výpočty nejsou složité, jedná se o jednoduché vzorce. Podniku by ale určitě pomohlo, kdyby byly vytvořeny pro tyto účely jednoduché vzorce například v tabulkovém procesoru. Výsledky těchto výpočtů jsou uváděny v procentech, takže by bylo jednoznačné, že dodavatel s nejvyššími výsledky je nejspolehlivější. Tato metoda, včetně vzorců v tabulkovém procesoru, by stavebninám ušetřila nejen čas, který je drahocenný, ale také by byla eliminována špatná rozhodnutí týkající se volby dodavatele, takže by pravděpodobně podnik ušetřil i finanční prostředky.

Vzhledem k velikosti podniku je stávající logistické řešení dostačující a během průzkumu a vypracování této práce nebyly zjištěny žádné závažné poznatky, které by byly pro podnik ohrožující.

Seznam obrázků:

Obrázek 1: Cíle podnikové logistiky	13
Obrázek 2: Jak může logistika ovlivnit tvorbu zisku v podniku	15
Obrázek 3: Stavebniny Ferda´s group	29
Obrázek 4: Mapa prodejen stavebnin PRO-DOMA	33
Obrázek 5: Propagace stavebnin Ferda´s group.....	38
Obrázek 6: Interiér prodejny Ferda´s group.....	39
Obrázek 7: Objednávka od dodavatele	43
Obrázek 8: Schéma prodeje s vlastním odvozem	46
Obrázek 9: Schéma objednávky podle požadavků zákazníka	48
Obrázek 10: Pytle s cementem	50
Obrázek 11: Nákladní vůz s HR	51
Obrázek 12: Vysokozdvížený vozík.....	52
Obrázek 13: Skříňová dodávka	52
Obrázek 14: Venkovní sklad	55
Obrázek 15: Vytápěný sklad	55
Obrázek 16: Nevytápěný sklad.....	56
Obrázek 17: Zboží uložené v regálech	56

Seznam použitých zkratk:

a. s. = akciová společnost

cca = asi, přibližně

DL = dodací list

f. o. = fyzická osoba

HR = hydraulická ruka

Kg = kilogram

SE = evropská společnost

SOMS = suché omítkové a maltové směsi

s. r. o; spol. s r. o. = společnost s ručením omezeným

Seznam použité literatury

CIMLER, Petr. *Obchodní logistika: Balení - manipulace – přeprava* [přednáška]. Plzeň: Západočeská univerzita, 2015

DANĚK, Jan. *Logistika*. Ostrava: Vysoká škola báňská - Technická univerzita, 2004. ISBN 80-248-0705-x.

DANĚK, Jan, PLEVNÝ, Miroslav. *Výrobní a logistické systémy*. 1. vydání. Plzeň: Západočeská univerzita, 2009. 222 s. ISBN 978-80-7043-416-1.

HORVÁTH, Gejza. *Logistika ve výrobním podniku*. V Plzni: Západočeská univerzita, 2007. ISBN 978-80-7043-634-9.

Interní zdroj podniku. 2017

Marketingový mix 4P. *ManagementMania*. [online]. ManagementMania.com © 2011-2016 [cit. 5. 4. 2017]. Dostupné z : <https://managementmania.com/cs/marketingovy-mix-4p>

O firmě. *PRO-DOMA STAVEBNINY*. [online]. [cit. 18. 3. 2017]. Dostupné z: <http://www.pro-doma.cz/o-firme.html>

O nás. *Ferda's group*. [online]. FERDA'S Group, s.r.o. © 2017 [cit. 18. 3. 2017]. Dostupné z: <http://www.ferdasgroup.cz/o-nas>

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

Projekční činnost. *Ferda's group*. [online]. FERDA'S Group, s.r.o. © 2017 [cit. 23. 3. 2017]. Dostupné z: <http://www.ferdasgroup.cz/projekcni-cinnost>

SCHULTE, CHristof. *Logistika*. Praha: Victoria Publishing, 1994. ISBN 80-85605-87-2.

SIXTA, Josef a Miroslav ŽIŽKA. *Logistika: metody používané pro řešení projektů*. Brno: Computer Press, 2009. Praxe manažera (Computer Press). ISBN 978-80- 251-2563-2.

SIXTA, Josef a Václav MAČÁT. *Logistika: teorie a praxe*. Brno: CP Books, 2005. Business books (CP Books). ISBN 80-251-0573-3.

SKALICKÝ, Jiří a Zdeněk VOSTRACKÝ. *Projektový management*. 2. vyd. Plzeň:
Západočeská univerzita, 2000. ISBN 80-7082-590-1.

Seznam příloh

Příloha A: Vystavená objednávka

Příloha A:

VYSTAVENÁ OBJEDNÁVKA		Číslo: 248
Odběratel: FERDA'S Group, s.r.o. Masarykova 501 34401 Domažlice Česká republika IČO: 29091758 Telefon: 379423344 DIČ: CZ29091758 Fax: 379423344		Objednávka č.: obv248/2017 Datum vystavení: 21.03.2017 Vystavil: Jakub Slezák
Příjemce: FERDA'S Group, s.r.o. Masarykova 501 34401 Domažlice Česká republika Telefon: 379423344 Fax: 379423344		Dodavatel: PRO-DOMA, SE Budčická 1479 19016 Ujezd nad Lesy Praha 9 Česká republika IČO: 24235920 DIČ: CZ24235920
		Platební podmínky: převodním příkazem Dopravní dispozice: dovoz Termín dodání: 5.4.2017
Krajský soud Plzeň sp.zn. C24138 dne 30.12.2009		

Označení	Název	Množství
DEWALT031	DEWALT-FME190-QS Michadlo 1600W	2,000 ks
DEWALT002	DEWALT-vrtáčka bez přík. AKU 18V DCD771C2-QW	1,000 ks
DEWALT018	DEWALT-DWE4157 BRUSKA ÚHLOVÁ 125mm	1,000 ks
7920STANLEY	STANLEY-nůž odlam. 18mm 8-10-421	12,000 ks
Celkem		16,000

 Razítko a podpis

Abstrakt

PETŘÍČKOVÁ, Šárka. *Logistika stavebnin Ferda's group*. Plzeň, 2017. 64 s.

Bakalářská práce. Západočeská univerzita v Plzni. Fakulta ekonomická.

Klíčová slova: Logistika, dodavatelé, zákazníci, objednávky zboží a materiálů, zásobování, skladování

Bakalářská práce se zaměřuje na logistiku stavebnin Ferda's group. Cílem práce je analyzovat logistické činnosti probíhající v podniku. V teoretické části práce jsou vysvětleny základní pojmy a popsány logistické činnosti. Na počátku praktické části je popsán podnik Ferda's group, marketingový mix podniku a zákaznický servis. Následuje popis logistických činností, které v podniku probíhají. Bakalářská práce je zaměřena na toky materiálů a informací v tomto podniku. Jedná se především o komunikaci s dodavateli a získávání zásob do stavebnin. Dále práce popisuje jednotlivé kroky, které stavebniny podnikají při prodeji zboží zákazníkům. Tyto činnosti jsou pro podnik rozhodující. S plynulým chodem stavebnin souvisejí další činnosti, které práce popisuje. Jedná se o balení, skladování a přepravu. Během realizace předložené práce bylo využíváno odborné literatury a osobních konzultací se zaměstnanci firmy Ferda's group.

Abstract

PETŘÍČKOVÁ, Šárka. *Logistics of the building supply store*. Pilsen, 2017. 64 pages. Bachelor thesis. University of West Bohemia. Faculty of Economics.

Keywords: Logistics, suppliers, customers, orders for goods and materials, supply, warehousing

This bachelor thesis is focused on logistics of the building supply store Ferda's group. The target of this thesis is analyzing of the logistic activities in the building supply store Ferda's group. In theoretical part of the thesis there are explained foundation terms and described logistic activities. In the beginning of practical part there is description of the building supply store Ferda's group, marketing mix of the company and customer service. Following chapters are about logistic activities, which are specific for this company. This bachelor thesis is concentrated on the flows of information and material in this company. It is mainly about communication with suppliers and about purchase of supplies to the building supply store. After that there are described individual steps, which are being taken for sale of goods to the customers. These activities are very important for the company. Also other activities, which are described in this thesis, relate to smooth-running of the company. It means packaging, storage or transportation. During the implementation of this work it was used professional literature and personal consultations with employees of the company Ferda's group.