

**UNIVERZITA PARDUBICE**  
**FAKULTA EKONOMICKO-SPRÁVNÍ**

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**2012**

**JAKUB HAVELKA**

**Univerzita Pardubice**  
**Fakulta ekonomicko-správní**

**Uplatnění logistiky v podniku Magnalink a.s.**

**Jakub Havelka**

**Bakalářská práce**

**2012**

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Jakub HAVELKA**  
Osobní číslo: **E09870**  
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Management podniku - Management malých a středních podniků**  
Název tématu: **Uplatnění logistiky v podniku Magnalink a.s.**  
Zadávací katedra: **Ústav ekonomiky a managementu**

### Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

#### Úvod

1. Vymezení základních pojmů logistiky
2. Podniková logistika
3. Charakteristika podniku Magnalink a.s.
4. Analýza současného stavu v podniku Magnalink a.s.
5. Navrhnuté změny v logistice a její důsledky a přínosy pro podnik

#### Závěr

Rozsah grafických prací: -  
Rozsah pracovní zprávy: cca 30 stran  
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

DANĚK, J. Logistika. 1. vyd. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, 2004, 187 s. ISBN: 80-248-0705-X.

KOŽENÁ, M. Manažerská ekonomika: teorie pro praxi. 1. vyd. Praha: C.H. Beck, 2007, 216 s. ISBN: 978-80-7179-673-2.


PERNICA, P. Logistika (supply chain management) pro 21. století. 1. vyd. Praha: Radix, 2005, 3 sv. (569, 524, 602 s.). ISBN: 80-86031-59-4.

SIXTA, J., MAČÁT, V. Logistika teorie a praxe. 1. vyd. Praha: CP Books, a.s., 2005, 315 s. ISBN: 80-251-0573-3.


STEHLÍK, A. Obchodní logistika. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita. Fakulta ekonomicko-správní 1997, 115 s. ISBN: 80-210-1676-0.

Vedoucí bakalářské práce: **doc. Ing. Rudolf Kampf, CSc.**  
Ústav ekonomiky a managementu

Datum zadání bakalářské práce: **4. května 2011**  
Termín odevzdání bakalářské práce: **30. dubna 2012**

  
doc. Ing. Renáta Myšková, Ph.D.  
děkanka

L.S.

  
doc. Ing. Marcela Kožená, Ph.D.  
vedoucí ústavu

V Pardubicích dne 15. června 2011

## **Prohlášení autora**

Tuto práci jsem vypracoval samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využil, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byl jsem seznámen s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v Univerzitní knihovně.

V Pardubicích dne

Jakub Havelka

## **Poděkování**

Na tomto místě bych velmi rád poděkoval doc. Ing. Rudolfu Kampfovi, CSc., za vedení mé práce, trpělivost a přínosné rady.

## **Anotace**

HAVELKA, Jakub. *Uplatnění logistiky v podniku Magnalink, a.s.*. Hradec Králové. Univerzita Pardubice, 2012. 43 s. Bakalářská práce

Předmětem bakalářské práce „*Uplatnění logistiky v podniku Magnalink a.s.*“ je vymezení pojmů a přístupů v oblasti logistiky. Snahou je představit logistický řetězec v jednotlivých jeho fázích. Teoretická část je zaměřena na vymezení základních pojmů a dále pak na jednotlivé fáze podnikové logistiky. V praktické části jsem se zabýval analýzou současného stavu podniku Magnalink a.s., dále pak návrhy na zlepšení odhalených nedostatků.

**Klíčová slova:** Logistika, distribuce, doprava, dodavatelé, odběratelé.

## **Annotation**

HAVELKA, Jakub The Application of Logistics in the Company Magnalink a.s. Hradec Králové. University of Pardubice, 2012 43 p. The Bachelor Thesis

The subject of the thesis "The Application of Logistics in the Company Magnalink a.s." is definitions and approaches in the field of logistics. The aim is to introduce the logistic chain in its individual phases. The theoretical part is focused on defining of the basic concepts and to the various stages of the company logistics. In the practical part I have dealt with the analysis of current state in the company Magnalink, a.s. and the further proposals to improve the deficiencies detected.

**Key words:** Logistics, distribution, transport, suppliers, customers.



# OBSAH

Úvod.....	10
1 Vymezení základních pojmů .....	12
1.1 Historie logistiky.....	12
1.2 Pojem logistika .....	13
1.3 Funkce logistiky.....	14
1.4 Cíle logistiky.....	14
1.5 Logistický řetězec .....	15
1.6 Současné trendy v logistice.....	15
1.7 Základní členění logistiky .....	16
2 Podniková logistika.....	18
2.1 Vývoj podnikové logistiky.....	18
2.2 Podniková strategie .....	19
2.3 Logistické aktivity .....	19
2.3.1 Zásobování.....	19
2.3.2 Balení .....	20
2.3.3 Výrobní logistika .....	21
2.3.4 Skladování .....	21
2.3.5 Doprava.....	22
2.3.6 Komunikace .....	25
3 Charakteristika podniku Magnalink a.s. ....	26
3.1 Identifikační údaje.....	26
3.2 Předmět podnikání společnosti .....	26
3.3 Organizační struktura společnosti.....	27
4 Analýza současného stavu v podniku Magnalink a.s. ....	30
4.1 Nákupní a prodejní proces .....	30
4.1.1 Proces realizace a logistiky zakázky.....	30
4.1.2 Řízení skladových zásob.....	32
4.1.3 Výběr dodavatelů .....	33
4.1.4 Distribuce zboží .....	33
5 Navrhované změny v logistice, její důsledky a přínosy pro Magnalink a.s. ....	34
5.1 Prognóza počtu zakázek.....	34
5.2 Silné stránky současného systému společnosti Magnalink a.s. ....	38
5.3 Slabé stránky současného systému společnosti Magnalink a.s. ....	38
5.4 Navrhovaná opatření na zlepšení .....	39
Závěr .....	41
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A PRAMENU .....	42
MONOGRAFIE.....	42

# ÚVOD

V tržní ekonomice je neméně důležité a často obtížnější produkty prodat než vyrobit. Své činnosti proto podniky obvykle musejí orientovat podle potřeb a přání zákazníků. Podniky tedy potřeby zákazníků zjišťují, popř. ovlivňují či dokonce vyvolávají a zároveň hledají způsoby, jak je uspokojovat – toto činnosti se zahrnují pod pojem marketing.

Nákupní činností podnik zabezpečuje své výrobní i nevýrobní procesy potřebnými vstupy. Nákupní marketing pro tyto účely zjišťuje potřeby, zkoumá nákupní trhy a informace potřebné k volbě dodavatelů, k rozhodování o velikosti dodávek zásob, o jejich výši a o potřebných logistických procesech.

Prodejní činnost podniku včetně prodejního marketingu zjišťuje potřeby na trzích produkce a prodejem produktů a služeb podniku je uspokojuje, na základě čehož podnik získává tržby.

Úkolem řízení zásob je jejich udržování na úrovni, která musí být dostatečná. Základní sladění potřeb zásob s jejich hmotnými zdroji vyjadřuje základní bilanční rovnice zásob. Optimalizačním přístupem k řízení zásob se sladují obvykle protisměrně se vyvíjející složky nákladů v souvislosti se zásobami, a to zjišťování a řízením velikosti dodávek zásob.

Logistika řeší a řízení rozmístování, tj. pohybů transportních procesů včetně souvisejících informací. Komplexně řídí veškerý materiálový tok podnikem, včetně toku od dodavatelů k odběratelům a příslušného informačního toku. V moderním pojetí logistiky jsou důležitým pojmem logistické řetězce, jde o sladěné posloupnosti logistických systémů, jimiž prochází materiálový tok.

Pro zpracování bakalářské práce jsem si zvolil téma „Uplatnění logistiky v podniku Magnalink a.s.“. Vycházel jednak z odborné literatury týkající se tohoto tématu, ale také ze zkušeností, které jsem získal z mé 14 ti denní praxe, vykonávané v podniku Magnalink a.s..

Bakalářská práce je rozdělena do pěti základních kapitol. V první kapitole bych se rád věnoval historii logistiky a vymezení základních pojmů. Druhá kapitola je věnována podnikové logistice. V třetí kapitole bych rád charakterizoval a.s.

Magnalink, popsal, čím se zabývá. Další kapitola bude věnována analýze současného stavu v a.s. a poslední kapitola popisuje navrhované změny v logistice, její důsledky a přínosy.

Jsem si vědom, že není v možnostech tohoto textu komplexně postihnout tuto velmi složitou a širokou problematiku.

# 1 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ

## 1.1 HISTORIE LOGISTIKY

Logistika patří k relativně mladým vědním oborům, i když jako druh činnosti je tisíce let stará. Pojmenování pochází z řeckého slova „LOGOS“ (pochopení).

Už v 10. století byzantský král Leontos VI. (886-911) označil logistikou celý proces zásobování a zabezpečení armád střelivem, zbraněmi, potravinami apod. Napsal, že předmětem logistiky je „mužstvo zaplatit, příslušně vyzbrojit a vybavit ochranou i municí, včas a důsledně se postarat o jeho potřeby a každou akci v polním tažení příslušně připravit, tzn. Vypočítat prostor a čas, správně ohodnotit terén z hlediska pohybu vojska i možnosti protivníkovy odporu a tyto funkce zvládnout z hlediska pohybu vojsk i v případě nutnosti jejich rozdělení“. [9, s. 19]

Tento pojem se však posléze vytratil z vojenské terminologie. Významným mezníkem ve vývoji logistiky byla druhá světová válka. Za druhé světové války došlo k úspěšnému uplatnění logistiky včetně jí využívaného matematického aparátu umožňujícího účinně řešit problém zásob, dopravní a rozmisťovací problémy při přípravě a provádění operací spojeneckých vojsk na západní frontě.

První ucelené texty o logistice se začínají objevovat na počátku šedesátých let.

V sedmdesátých letech došlo ke značnému rozšíření logistiky zejména v USA. V této době dochází také k úspěšnému rozšíření realizace i v Evropě.

Osmdesátá léta ve vývoji logistiky jsou poznamenána zejména masovým uplatněním výpočetní techniky, jejímž největším spotřebitelem se stala právě logistika, která umožnila zrychlení procesu zpracování objednávek počítač-počítač, použití videotextů v komunikačních logistických systémech, mikroprocesorů v řízení skladů aj. [4, s.10]

V současné době se logistika zabývá pohybem materiálu, osob a případně i dalších objektů. Zahrnuje pohyb od zdrojů až po konečnou spotřebu. Nezabývá se ale jen pohybem výše uvedených, ale také vším, co je k tomu potřebné tzn. Informací, řízení.

Logistika je uplatňována v mnoha odvětvích, např. v průmyslu, obchodě, dopravě, ve vojenství.

Logistika jde ruku v ruce s globalizací. Firmy vymezují své trhy globálně. Otevírají se nové trhy a již existující trhy se rozšiřují do celého světa. Pro mnoho ekonomik vyspělých států platí, že tempo jejich ekonomického růstu se zpomaluje, a podniky proto hledají nové tržní příležitosti v zahraničí.

## **1.2 POJEM LOGISTIKA**

Logistika je obor, který se zabývá plánováním a řízením toku zboží, jeho skladováním a službami spojenými s tímto tokem od místa výroby až do místa spotřeby, tak aby byly na správném místě ve správný čas. Cílem je uspokojit veškeré požadavky zákazníků, nejen požadavky na dopravu zboží. Logistika je rozsáhlý obor týkající se všech podniků a organizací, včetně státní správy.

Zahrnuje také komunikační, informační a řídicí systémy. Jejím úkolem je zajistit správné materiály na správném místě, v požadované kvalitě, s příslušnými informacemi a s odpovídajícím finančním dopadem. Logistika se netýká jen výrobní sféry, ale i sféry služeb. [5, s. 5]

V moderním pojetí logistiky jsou důležitým pojmem logistické řetězce. Jde o sladění posloupnosti logistických systémů, jimiž prochází materiálový tok. Zvlášť důležité je sladění míst styku systémů (např. mezi vnější přepravou a přejímkou, přejímkou a skladem, skladem a přípravnou materiálu, přípravnou materiálu a rozvozem na místa potřeb apod.). Ani systém Just-in-Time neeliminuje zcela potřebu skladovacích procesů, potřeba optimálního řešení manipulačních a skladových systémů se tak týká prakticky všech podniků, a to především v následujících systémech: ve vnější a meziobjektové dopravě, ve vnitrozávodové manipulaci, ve skladovém hospodářství a v obalovém hospodářství. [6, s. 152]

### **1.3 FUNKCE LOGISTIKY**

Podle Schulteho jako funkce logistiky můžeme uvést nákup, skladování, plánování a řízení výroby, řízení zakázek, doprava, podnikové plánování pohonných hmot. Podle Stehlíka logistické funkce jsou zpravidla strukturovány do čtyř úrovní:

- strategické: dlouhodobě platná rozhodování o zdrojích a posunech
- dispoziční: krátkodobé rozhodování o způsobu uspokojení vzniklých potřeb
- administrativní: jsou to informační procesy, vystavování a evidování dokladů
- operativní: realizace hmotné stránky logistických řetězců podle dispozic nebo příkazů z nadřazených úrovní

V průmyslově vyspělých ekonomikách s rozvinutým tržním hospodářstvím je nabízeno spotřebitelům nesmírné množství zboží a služeb. V počátcích logistické činnosti se kladl důraz na spolehlivost a včasné dodání dodávky. Logistika byla chápána jako služba, která uspokojuje požadavky zúčastněných subjektů. Později byla logistika chápána jako činnost podporující prodej a růst podnikových příjmů tím, že umožňuje existenci výrobku v místě spotřeby kdykoliv, kdy vzniká požadavek na výrobek. Dnes se do pozornosti dostávají i náklady na logistickou činnost.

### **1.4 CÍLE LOGISTIKY**

Logistické cíle podniku jsou odvozeny od jeho celkových cílů, např. dosáhnout určitého obrátu, určitého objemu výroby, určitého zisku v určitém období. Někteří autoři a ekonomové zdůrazňují schopnost podniku vytvářet zisk jako základní a nejvyšší cíl podniku, upevňování pozic podniku na trhu. „Přijmeme-li tento názor, můžeme říct, že logistické cíle, které leží v rovině nižších cílů, musí podniku napomáhat při tvorbě zisku.“ [10, s. 100]

## 1.5 LOGISTICKÝ ŘETĚZEC

Pro správné modelování logistického řetězce je třeba znát počet prvků v řetězci a formu jejich zastoupení.

**Dodavatel** – je článek, který získává nebo pořizuje statek za účelem jeho dalšího prodeje, statek se nachází v surovém nebo rozpracovaném stavu (materiál, polotovar), článek navazující na dodavatele je zpravidla odběratel, může to být i dealer.

**Výrobce** – přeměňuje vstupy na výstupy, upravuje statky do konečné podoby, ať se jedná o jakýkoliv druh řetězce, je výrobce mezičlánkem (výrobní, obchodní, dopravní).

**Obchod/odběratel** – specifika obchodu je jasně daná. V minulém století to znamenalo kamenný obchod, v dnešní době je řeč především o supermarketech, hypermarketech, maloobchodech a velkoobchodech. Stále ještě rozvíjející a samostatná kategorie jsou internetové obchody.

**Zákazník** – je vlastně odběratelem, má však specifickou úlohu, protože stojí na konci řetězce. Koncovým uživatelem pak může být fyzická nebo právnická osoba, jedinec nebo společnost.

## 1.6 SOUČASNÉ TRENDY V LOGISTICE

Již od počátku 90. let 20. století se musí podniky vyrovnávat s výzvami typu stagnujícího nebo klesajícího objemu prodej, kratších životních cyklů svých produktů a technologií, cenové konkurence či vrůstajících nároků zákazníků. Tyto a jistě i další aspekty nutí podniky k ještě hospodárnějšímu využití svých zdrojů.

Podle Stehlíka můžeme v nejbližších letech očekávat razantní změnu a zrychlení tempa multimediálních megatrendů, které se budou dotýkat všech oblastí logistiky. Rozšíří se nákup prostřednictvím médií, přičemž klasický nákup v kamenných obchodech poklesne. Dojde k poklesu fyzické logistiky a převáží digitální distribuce. Bude se více prosazovat outsourcing. Internet ovlivnil a změnil mnoho oblastí lidské společnosti. Základem je jeho masové rozšíření a rychlý vývoj. Stále se nabízí nové

možnosti použití a různá vylepšení. Mnoho firem využívá internet efektivnímu zpracování a uskutečňování zakázek od objednání, přes placení, skladování, dopravu a expedici až po poprodejní servis. E-selling (nákup prostřednictvím internetu) vede ke snižování prodeje klasickým způsobem. Obzvláště pro malé a střední podniky to může znamenat existenční problémy. Podle Stehlíka, se klasické oblasti působnosti v budoucnu zredukují na zprostředkování výrobků a služeb, zatím co nové úlohy se budou týkat shromažďování, systematizace a poskytování informací týkající se produktů a zákazníků. Elektronické trhy fungují s relativně nízkými náklady. V mnoha případech se zákazník vybere zboží z elektronického katalogu, které přes internet objedná a popřípadě i zaplatí. Elektronickou cestou obdrží zákazník i informaci o dodací lhůtě objednaného výrobku.

Soudobé podnikání usiluje o vysokou flexibilitu dodavatelů, jejich pružnost a pohotovost logistických služeb. Součinnost s přepravci pomocí internetu je tedy dalším důležitým faktorem na cestě k úspěchu. Díky internetu je možné získat informace o pohybu zásilek v reálném čase a to z libovolného místa po celém světě.

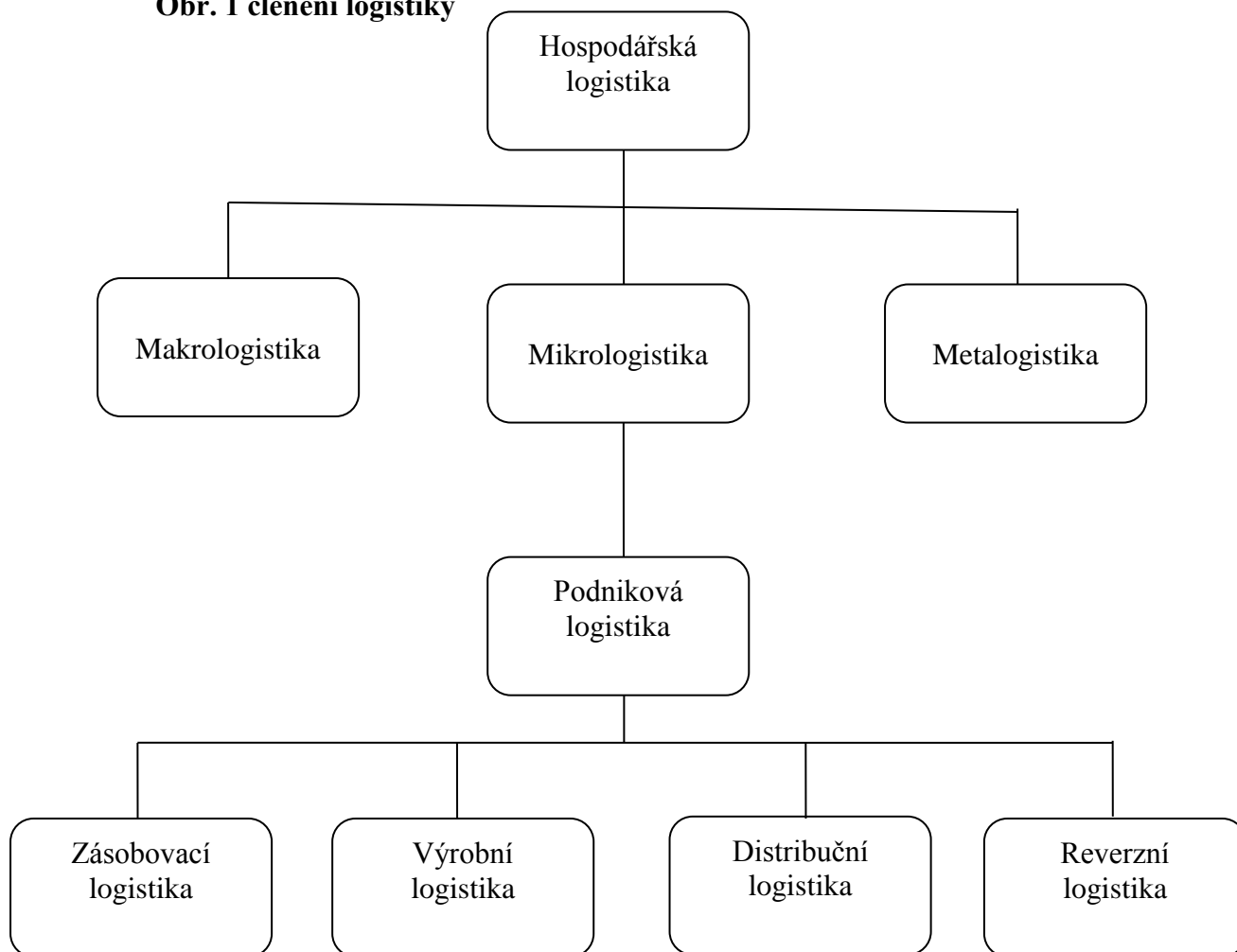
## **1.7 ZÁKLADNÍ ČLENĚNÍ LOGISTIKY**

Podnikovou logistiku můžeme členit z různých úhlů pohledu. Jde především o členění v rámci širšího zaměření - makrologistika, která řeší celospolečenskou, národohospodářskou logistiku, mikrologistika se pak zabývá vnitropodnikovou logistikou v rámci podniku a metalogistika se zaměřuje na spolupracující podniky v rámci odběratelsko-dodavatelských vztahů.

Dalším, často se vyskytujícím členěním je zásobovací logistika, výrobní logistika, distribuční a reverzní logistika, což je tok použitých výrobků, obalů a jiných materiálů.



**Obr. 1 členění logistiky**



*Zdroj: vlastní zpracování*

## 2 PODNIKOVÁ LOGISTIKA

*„Logistika řeší organizaci a řízení rozmisťování, tj., pohybů transportních procesů, včetně souvisejících informací. Komplexně a integrálně řídí veškerý materiálový tok podnikem, včetně toku od dodavatelů k odběratelům a příslušného informačního toku“.* [6, s. 152]

Posláním podnikové logistiky je usilovat o to, aby podnik dosahoval optimálních nákladů v daném čase, zvýšením pružnosti a přizpůsobivosti podniku v měnícím se podmínkám ekonomickým, technologickým, výrobním..., podmínkám na trhu. Podniková logistika zahrnuje plánování, organizování, koordinování, informování rozhodování, provádění a kontrolu strategických, taktických a operativních logistických činností a operací. [8, s. 19]

Logistika se v podnicích stává stále významnějším fenoménem. Pomocí vlastních, ale i statistických a materiálních metod, které tento vědní obor využívá lze dosáhnout významných úspor nákladů v nákupu, plánování a řízení výroby i v oblasti distribuce hotových výrobků zákazníkovi.

Podniková logistika je poměrně mladá a velmi proměnlivá disciplína, která by měla pružně reagovat na rozvoj nových technologií a především na stále náročnější požadavky externích zákazníků jako nejdůležitějšího článku logistického řetězce.

Při zavádění podnikové logistiky se podnik snaží uspokojit požadavky trhu, produkcí zboží v požadované úrovni a zároveň se snaží optimalizovat logistické činnosti, tak aby maximalizoval svůj zisk a minimalizoval náklady.

### 2.1 VÝVOJ PODNIKOVÉ LOGISTIKY

1. fáze = logistika je omezená jen na distribuci
2. fáze = logistika se rozšiřuje na distribuci, výrobu a zásobování
3. fáze = vzniká integrace logistiky do jednoho systému
4. fáze = dochází k optimalizaci systému

## **2.2 PODNIKOVÁ STRATEGIE**

Vypracování podnikové strategie musí vrcholný management, se svým strategickým týmem, vždy začínat zpracováním analýz, jednou analýzou okolí podniku, kde rozhodujícími prvky jsou zákazníci, konkurenti, dodavatelé, externí partneři a infrastruktura, finance, legislativa, zdroje pracovních sil apod., a analýzou podniku samého, která je zaměřena na výroby a služby, cash flow, distribuci a prodej, výrobu, nákup a zásobování, výzkum a vývoj, resp. na pracovníky, podnikovou kulturu, organizaci a řízení, techniku a technologii, ekonomiku a ekologické souvislosti. Výsledky analýz slouží k vypracování podnikové strategie, včetně formulace poslání podniku a základních cílů podniku. [12, s. 35]

## **2.3 LOGISTICKÉ AKTIVITY**

### **2.3.1 ZÁSBOVÁNÍ**

Základem podnikové logistiky je materiál a jeho tok. Zásobování a skladování jsou hlavními funkcemi materiálového hospodářství podniku. Snahou každého podniku je snižování zásob a urychlování vnitropodnikové dopravy. Ideálním řešením by bylo materiál neskladovat, tím by se značně zkrátil materiálový tok, což by vedlo i k úsporám nákladech.

Problematika volby správných rozhodnutí v oblasti zásob patří k nejriskantnějším oblastem logistiky. Stanovení potřebné úrovně zásob v množství a struktuře pro zásobování segmentu trhu a jejich alokace podle předpovědí prodeje, stejně tak, jako volba optimální úrovně zásob surovin pro výrobu patří ke kritickým článkům celé logistické strategie. Volba strategie řízení zásob spojená s riziky a nejistotami je proto předmětem značného zájmu podnikatelských subjektů. Vede k tomu i skutečnost, že výše finančních prostředků vázaných v zásobách není nevýznamná. Pohybuje se od 10 % do 25 % aktiv podniku. Je zřejmé, že i relativně malé snížení zásob, může znamenat významný ekonomický efekt pro podnik. Výše zásob ovlivňuje významným způsobem i úroveň služeb zákazníkům. [4, s. 93]

Zásoby mají v logistickém systému jak pozitivní, tak i negativní vlivy:

- pozitivní vlivy se projevují v řešení časového, prostorového, kapacitního nebo sortimentního nesouladu mezi výrobou a poptávkou, v uskutečnění technologických a dopravních procesů v optimálních dávkách v krytí různých výkyvů a poruch

- negativní vlivy se projevují především tím, že zásoby váží značné kapitálové prostředky, vyvolávají další náklady spojené s jejich udržováním a přinášejí riziko znehodnocení a neprodejnosti. [15, s. 60]

### 2.3.2 BALENÍ

Balení zboží má několik funkcí, z nichž nejvýznamnější je funkce ochranná. Obal tedy chrání výrobek před vnějšími vlivy (poškození, kvantitativní a kvalitativní ztráty), ale chrání i okolí před nožnými nepříznivými vlivy výrobku. Se správně zabaleným výrobkem se také lépe manipuluje při přepravě či skladování a vzniká zde významná úspora času a prostoru. V neposlední řadě je velmi významná i informační funkce obalu a to jak pro zákazníky (povinně uváděné informace jako jsou složení výrobku, návod k použití apod.), tak pro přepravu a skladování (informace o místě původu a místě doručení). [11, s. 223]

Některé podniky kladou speciální požadavky na způsob balení, jsou zde důležité dohody mezi dodavatelem a odběratelem. Mezi další logistické operace patří etiketace obalů na pevně stanoveném místě. Zde se velmi osvědčilo používání čárkového kódu, které dnes používá valná většina výrobců.

**Tab. 1 Funkce balení [11, s. 223]**

FUNKCE BALENÍ				
ochrana	skladování	doprava	manipulace	informace
ochrana před kvantit. změnami	úspora prostoru	určení dopravní jednotky	tvárové přizpůsobení manipulaci	identifikace
ochrana před kvalitativ.změnami	stohovatelnost	optim. využití dopravních	nasazení	upozornění

ochrana před poškozením	správná skladov.jednotka podle prodejního množství	(pomocných) prostředků	manipul. Prostředků	prezentace zboží
ochrana prostředí a lidí		zajištění nákl.jednotek	utomatizace manipulace	uživatelský návod

*Zdroj: SCHULTE, Christof. Logistika.,str.22*

### 2.3.3 VÝROBNÍ LOGISTIKA

Výrobní logistika představuje v celku souhrnné logistické úlohy a opatření, které slouží na přípravu a realizaci výroby. Ve všeobecnosti se zabývá činnostmi, které souvisí s materiálem, jeho tokem, tokem surovin, pomocných prostředků, polotovarů, včetně informací, přes všechny stupně výrobního procesu včetně mezikladů, přes montáž až ke skladu hotových výrobků. [8, s. 21]

### 2.3.4 SKLADOVÁNÍ

Skladování je jednou z nejdůležitějších částí logistického systému. Zabezpečuje uskladnění produktů (např. surovin, dílů, hotových výrobků) v místech jejich vzniku a mezi místem spotřeby a poskytuje managementu informace o stavu, podmínkách a rozmístění skladových produktů. Sklady umožňují překlenout prostor a čas. Výrobní zásoby zajišťují plynulost výroby. Zásoby obchodního zboží zajišťují plynulé zásobování obyvatelstva. [3, s. 19]

Skladování přináší podnikatelskému subjektu ekonomické efekty především jako důsledek soustředovací funkce skladů. Tím, že skladování umožňuje soustředit dodávky od několika výrobců na jednom místě a dodávat zákazníkům ucelené zásilky, lze dosáhnout nižších přepravních nákladů a omezit situace, kdy dochází k přetížení distribučních zařízení odběratele. Několik individuálních dodávek je

nahrazeno jednou. Tuto funkci může provádět jeden podnikatelský subjekt. Nebo si několik firem může najmout organizaci, která tuto funkci převezme.

K úsporám dochází i jako důsledek vytváření velkých, hromadných objednávek. Sklad tohoto typu soustřeďuje objednávky zboží pro nějakého výrobce a ten pak skladu dodá hromadnou zásilku k další distribuci. Sklad zboží roztřídí a vypraví zásilky do jednotlivých lokalit. Doprava se pak děje při uplatňování množstevních rabat. A nižších přepravních sazeb.

Poklesu nákladů lze dosáhnout při využití skladů pro konečnou montáž výrobků až po obdržení konkrétní objednávky. Nejde jen např. o konečnou úpravu dopravních prostředků podle přání zákazníků, ale i o případy, kdy jsou potravinářské výrobky, vyrobeny, baleny zamrazeny ve velkých kvantech a ve skladu pak děleny do menších obalů podle přání zákazníků. Efekty plynou i ze snížení rizik případného neúspěšného prodeje, nevhodného množstevního balení aj.

Konečně ekonomické efekty má skladování sezónních výrobků ve vyrovnání sezónní výroby nebo spotřeby. Zaručuje rovnoměrné využití výrobních kapacit výrobce a tím nižší výrobní náklady. [4, s. 176]

### **2.3.5 DOPRAVA**

Doprava je odvětví národního hospodářství, které zajišťuje a uskutečňuje přemísťování osob a věcí. V užším pojetí se jedná o pohyb dopravních prostředků po dopravních cestách (infrastruktura). [3, s. 6]

Dopravní logistika se zabývá řešením logistických úloh a opatření, které je třeba realizovat při přípravě a uskutečňování dopravy. Především se zabývá činnostmi, které souvisejí s materiálovým tokem, skladováním hotových výrobků až po odbytu včetně potřebných informací.

Vnitropodniková doprava je vlastně neproduktivní činnost, která působí na zvyšování nákladů výrobního procesu. Proto by se měl podnik snažit o minimalizaci dopravních nákladů a v souvislosti s tím uspořádat skladovací prostory tak, aby dopravní cesty byly co nejkratší. Důležitý je i výběr dopravních prostředků, jejich

pořizovací cena a náklady na jejich provoz. Ve vnitropodnikové dopravě lze dopravní prostředky kvalifikovat takto:

- pozemní dopravní prostředky: vozíky, vysokozdvížné vozíky, zakladače,
- nadzemní dopravní prostředky: jeřáby, dopravníky, závěsné dráhy apod.,
- stabilní dopravní prostředky: pásové dopravníky, kruhové dopravníky, různé druhy žlebů.

Významné posláni mají dnes, zejména v mimopodnikové dopravě: doprava železniční, kombinovaná doprava, říční a námořní doprava a doprava letecká.

Železniční doprava zaznamenává v posledním období řadu problémů: není schopná zabezpečit dopravu v potřebném čase, na žádoucí místo, vyskytují se časté poruchy, stávky apod. Přínosem zde je doprava kombinovaná – železniční a automobilová. Lze očekávat, že dojde zdokonalení železniční dopravy, což přispěje nejen k urychlování materiálových a zbožních toků, ale i k ochraně životního prostředí. Říční doprava je vhodná pro přepravu velkých objemů určitých druhů zboží, při nevázanosti na faktor času. Umožňuje levnou přepravu velkého objemu zboží, při vysoké váze. Letecká doprava je vhodná pro rychlou přepravu menšího množství zboží.

**Tab. 2 Přednosti a nevýhody alternativních druhů dopravy [11, s. 71]**

<b>Druh dopravy</b>	<b>Přednosti</b>	<b>Nevýhody</b>
Silniční	<p>Úspora času a nákladů na blízkou vzdálenost</p> <p>Podle okolností úspora času při vzdálenější dopravě</p> <p>Flexibilní jízdní řád</p> <p>Schopnost přepravy specifických nákladů</p> <p>Přizpůsobivost času příjmu</p>	<p>Neexistují přesné jízdní řády</p> <p>Závislost na počasí</p> <p>Závislost na poruchách provozu</p> <p>Omezená schopnost nakládky</p> <p>Vyloučení určitého nebezpečného zboží</p>
Kolejová	Vyšší možnost nákladu	Soukromá kolejová síť vyžaduje kolejové přepojování, resp.

	Exaktní jízdní řády Převládající bezporuchovost Možnost dopravy nebezpečného zboží	silniční přepravníky Dodatečné náklady při pronájmu speciálních vagonů
Lodní	Vysoká nosnost nákladu Velký prostor Nabídka speciálních lodí Příznivé náklady	Omezený směr Pokud není vlastní přístaviště, vyšší náklady Závislost na stavu vody, mlze a zamrznutí
Letecká	Vysoká rychlost Jednodušší balení	Vysoké náklady
Potrubní	Převládá pro kontinuální dopravu Vysoká spolehlivost Ochrana životního prostředí	Vysoké investice rentabilní při zajištění dlouhodobého využívání
Kombinace	Využití specifických zařízení ve vhodné síti	Potřeba času na překládku Vazba na jízdní řády Čekání na překladištích

*Zdroj: SCHULTE, Christof. Logistika.,str.71*

S ohledem na hospodářskou situaci a globální trendy musí velké i malé společnosti v dopravním a logistickém oboru řešit situace, o kterých ještě před několika měsíci či lety vůbec neuvažovaly. Mezi hlavní můžeme zařadit:

- převis nabídky nad poptávkou a s tím související revize cen poskytovaných dopravních a logistických služeb,
- otázky likvidity, financování a možnosti refinancování podnikání
- využití stávajících kapacit (skladových a přepravních) při poklesu objemu zakázek,
- optimalizace nákladů a procesů společnosti,
- využití a optimalizace lidských zdrojů a disponibilních pracovních sil,



- zvyšující se nároky na opatření vedoucí k šetrnějšímu přístupu a ochraně životního prostředí.

### **2.3.6 KOMUNIKACE**

Tato funkce distribučního řetězce je součástí logistického informačního systému. Výchozí informací pro podnik jsou objednávky zákazníků na sledované období. Tyto objednávky jsou dále zpracovávány, srovnávány se stavem zásob hotových výrobků a stávají se základem pro sestavení plánu výroby. Plán výroby je rozepsán na výrobní úkoly a je opět východiskem spolu s údaji o stavu zásob surovin a materiálu pro sestavení plánu zásobování. Ten slouží jako podklad pro vystavení objednávek dodavatelům.

Hlavním cílem logistického informačního systému je vytvořit informační prostředí, v němž bude možno účinně plánovat a koordinovat všechny logistické aktivity spojené s řízením hmotných toků v logistickém řetězci. [4, s. 31]

Logistický informační systém rozdělujeme do čtyř subsystémů:

- subsystém zpracování objednávek,
- subsystém předpovědí poptávky,
- subsystém logistického plánování a
- subsystém řízení zásob.

Logistická komunikace je součástí všech logistických procesů v podniku a její propracovanost může být velkou konkurenční výhodou, zvláště u velkých podniků.

### 3 CHARAKTERISTIKA PODNIKU MAGNALINK A.S.



Pro praktickou část své bakalářské práce jsem si zvolil společnost Magnalink a.s. se sídlem v Hradci Králové. Jedním z důvodů, který mě vedl k této volbě, byla praxe, kterou jsem tady vykonával, a druhý důvod byla vstřícnost zaměstnanců sdílet informace o každodenním chodu společnosti.

#### 3.1 IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Obchodní jméno společnosti zní:

**Magnalink a.s.**

Sídlo společnosti:

**Kladská 362**

**500 03 Hradec Králové**

#### 3.2 PŘEDMĚT PODNIKÁNÍ SPOLEČNOSTI

Společnost Magnalink a.s. působí na českém trhu již od roku 1991, kdy začínala jako velkoobchod s pracovními rukavicemi, gumárenským zbožím a různými druhy těsnění. Postupem času se dostala i k výrobě těsnění a výrazně rozšířila sortiment. Dnes najdete na stránkách katalogu od vodovodního a topenářského těsnění, těsnění přírub a ventilů přes další potřeby pro vodoinstalace a montáže topení, dále potřeby pro zahradu, domov a stavebnictví, kvalitní samolepící těsnění do oken a dveří i speciální profily pro truhláře a výrobce oken. V nabídce této firmy je i zahradní dřevěný nábytek z eukalyptu.

Akciová společnost v současné době zaměstnává 12 zaměstnanců. Pracuje se zde zpravidla v jednosměnném provozu, ale není tomu tak vždy, záleží na množství objednávek.

### **3.3 ORGANIZAČNÍ STRUKTURA SPOLEČNOSTI**

Organizační struktura společnosti má výrobní útvar, obchodní a ekonomický. Ve společnosti není vytvořen zvláštní útvar logistiky. Pravomoci k rozhodování v této oblasti jsou svěřeny obchodnímu útvaru.

Poslání jednotlivých útvarů je následující:

#### **1 Výrobní útvar**

- řídí zpracovatelsko-výrobní procesy podle technologických a pracovních postupů v souladu s interními normami
- provádí soustavnou kontrolu jakosti výroby v celém výrobním procesu
- organizuje přísun surovin a dalších potřebných materiálů
- plní další úkoly vyplývající z interních a obecně platných předpisů vztahujících se k výrobním činnostem a k zajišťování zejména:
  - bezpečnosti a ochrany zdraví při práci
  - požární ochrany
  - ochrany majetku společnosti
  - kontrolní činnosti

#### **2 Obchodní útvar**

- provádí průzkum trhu, zabezpečuje záležitosti spojené s propagací výrobků a navrhuje koncepci obchodní politiky společnosti
- uzavírá kontrakty a hospodářské smlouvy s obchodními partnery

- řídí činnost skladů, realizuje prodej finálních výrobků a provádí fakturaci

- plní další úkoly vyplývající z interních a obecně platných předpisů vztahujících se k výrobním činnostem a k zajišťování zejména:

- bezpečnosti a ochrany zdraví při práci

- požární ochrany

- ochrany majetku společnosti

- kontrolní činnosti

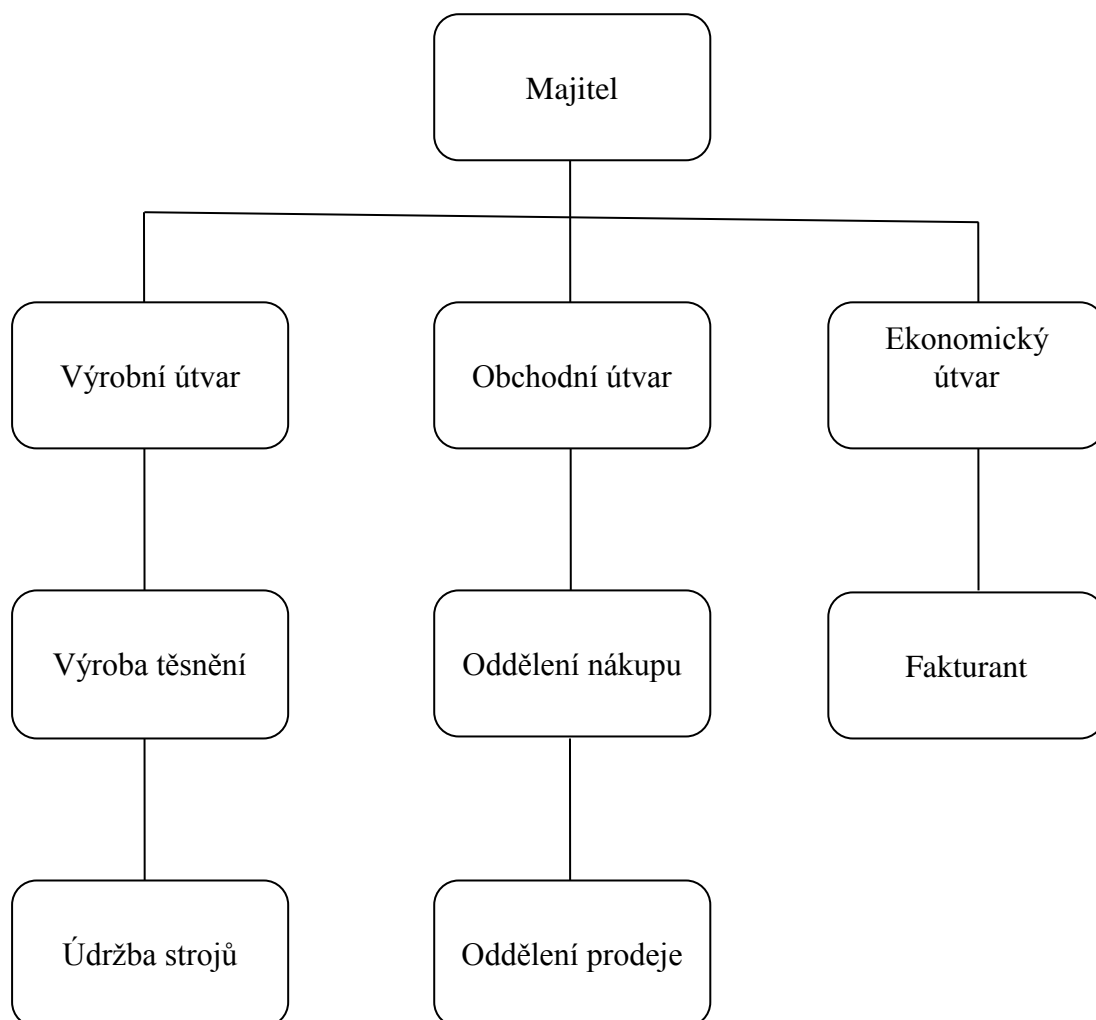
### 3 Ekonomický útvar

- připravuje podklady pro účetní a mzdovou firmu

- úzce spolupracuje s obchodním útvarem, má na starosti vystavení, kontrolu a evidenci faktur

## Organizační struktura společnosti Magnalink a.s.

Obr. 2 organizační struktura



*Zdroj: vlastní zpracování*

## **4 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU V PODNIKU MAGNALINK A.S.**

### **4.1 NÁKUPNÍ A PRODEJNÍ PROCES**

#### **4.1.1 PROCES REALIZACE A LOGISTIKY ZAKÁZKY**

Ve společnosti Magnalink a.s. začíná proces realizace a logistiky zakázky kontaktem zákazníka. Tento kontakt může nastat několika způsoby:

a) zákazník kontaktuje společnost telefonicky, mailem nebo osobně

- ví, co chce a uskuteční objednávku
- neví přesně co potřebuje, vyžaduje poradenství a následně v případě spokojenosti uskuteční objednávku

b) zákazník přímo zadá svoji objednávku do internetového obchodu

V případě způsobu kontaktu, které jsou vyjmenovány pod písmenem a) je objednávka manuálně zadána do podnikového informačního systému pracovníkem obchodního útvaru, který zároveň za danou zakázku přebírá zodpovědnost. V případě zadání objednávky přes internetový obchod, který využívají většinou stálý zákazníci s opakujícími se požadavky, je objednávka zadána do systému automaticky a zodpovědnost za ní má ten pracovník, který si ji převezme a vyřídí.

Každá objednávka, kterou kupující generuje (tzn. vybere patřičné zboží a vyplní objednávkový formulář), je považována za závaznou. Odesláním objednávky kupujícímu stvrzuje, že se seznámil s obchodními podmínkami a že s nimi souhlasí. Objedávka kupujícího je návrhem kupní smlouvy, jejímž předmětem je zboží uvedené v objednávce.

Internetový obchod obsahuje veškeré informace nutné k uzavření smlouvy. Obsahuje vždy název výrobku (případně kód), hlavní charakteristiku a cenu výrobku. Pokud není stanoveno jinak, ceny uvedené na serveru jsou vždy s DPH.

Fakturant pomocí informačního systému vystaví fakturu podle informací uvedených v objednávce. Faktury se zakládají do knihy vystavených faktur pro potřebu účetního softwaru. Kopie faktury je přibalená spolu s dodacím listem k jednotlivým zakázkám. Tyto doklady zároveň slouží kupujícímu jako dodací a záruční list. Kupující je povinen dodané zboží a připojený daňový doklad (faktura, paragon) po jejich převzetí prohlédnout a případné vady a neshody se skutečným stavem zboží bez zbytečného odkladu písemně nebo telefonicky oznámit prodávajícímu. V oznámení reklamace je kupující povinen specifikovat vady.

Po doručení zásilky a fakturaci proces realizace a logistiky zakázky pokračuje sledováním platby a zakázka je uzavřená a spuštěná z dohledu až po její úhradě. Faktury se automaticky přesunou z informačního systému do účetního softwaru, kam automaticky přichází mailem platby, které se identifikují automaticky s příslušnou zakázkou a fakturou pomocí variabilního symbolu. Úhradou faktury proces realizace a logistiky zakázka končí.

**Tab. 3 Záznamy informačního systému o uzavřených zakázkách (položky jsou na skladě)**

<b>Datum</b>	<b>Čas</b>	<b>Popis stavu</b>
02.04.2012	13:00:00	Otevření zakázky
02.04.2012	13:05:00	Potvrzení přijetí objednávky
02.04.2012	13:25:00	Vyskladnění
02.04.2012	14:05:00	Balení a expedice
02.04.2012	14:47:00	Oznámení o zaslání
03.04.2012	07:10:00	Fakturace
17.04.2012	15:30:00	Přišla platba
17.04.2012	15:35:00	Uzavření zakázky

*Zdroj: vlastní zpracování*

**Tab. 4 Záznamy informačního systému o uzavřených zakázkách (položky se musí vyrobit)**

<b>Datum</b>	<b>Čas</b>	<b>Popis stavu</b>
02.04.2012	13:00:00	Otevření zakázky
02.04.2012	13:05:00	Potvrzení přijetí objednávky
02.04.2012	13:25:00	Vyskladnění
03.04.2012	07:30:00	Příprava a převoz materiálu do výroby
03.04.2012	10:25:00	Výroba
04.04.2012	08:05:00	Balení a expedice
04.04.2012	09:47:00	Oznámení o zaslání
04.04.2012	11:10:00	Fakturace
19.04.2012	10:30:00	Přišla platba
17.04.2012	10:35:00	Uzavření zakázky

*Zdroj: vlastní zpracování*

#### **4.1.2 ŘÍZENÍ SKLADOVÝCH ZÁSOB**

Prodávané položky jsou děleny na skladované a neskladované. Objedná-li si zákazník skladovanou položku, měl by ji v souladu s obecně danou dodací lhůtou obdržet do dvou pracovních dnů. Pokud má zájem o položku, která není na skladě, je mu doručena v závislosti na průběžném čase výroby. U nejčastěji nakupovaných položek je zásoba udržována na 2 týdny. Zásoba je odvozena z aktuálních hodnot prodeje, je tak ošetřena i sezónnost prodeje, kdy v teplejších měsících roku narůstá rovněž zásoba na skladě. Vyšší skladová zásoba by znamenala růst nákladů na její udržování, což v rámci optimalizace logistických nákladů není společnost ochotna tolerovat. U běžně skladovaných položek je v systému nastaven limit, na kterém se má skladová zásoba udržovat a je-li zjištěn podlimitní stav, informační systém automaticky vygeneruje nákupní objednávku.



#### **4.1.3 VÝBĚR DODAVATELŮ**

K vysoce důležitým činnostem patří výběr dodavatelů. Společnost Magnalink a.s. nakupuje dřevěný nábytek především v Indonézii. Nejvýznamnějšími kritérii jsou spolehlivost dodávek, kvalita zboží a materiálů, dodržení dodací lhůty a také certifikace nabízeného zboží. Majitel společnosti většinou dodavatele osloví, vyjasní si podmínky nákupu, zmíněnou lokalitu navštíví a přímo na místě domluví podmínky nákupu. Jestliže společnost není s dodavatelem spokojená, provádí poptávkové řízení u dalších dodavatelů. Každý z popsaných dodavatelů vyplní dotazník, na základě kterého je hodnocena jeho schopnost dodávat zboží, v jakém objemu, v jakých časových intervalech, v jaké kvalitě a v jakých cenách. Cílem poptávkového řízení je zjištění co nejvýhodnějších dodacích, platebních, kvalitativních a cenových podmínek.

#### **4.1.4 DISTRIBUCE ZBOŽÍ**

Místem dodání zboží je adresa uvedená kupujícím v registračním formuláři.

Od doby, kdy je zadána objednávka skladovaného zboží do systému nebo doby, kdy dorazí neskladované zboží do skladu, má společnost dva pracovní dny na dodání zboží. Při dopravě méně objemných zásilek je využíváno služeb PPL a České pošty.

## **5 NAVRHOVANÉ ZMĚNY V LOGISTICE, JEJÍ DŮSLEDKY A PŘÍNOSY PRO MAGNALINK A.S.**

V následující části práce se pokusím popsat problém, analyzovat a vytvořit prostor pro navrhovaná řešení.

### **5.1 PROGNOZA POČTU ZAKÁZEK**

Vzhledem k tomu, že data o počtu zakázek jsou vedena v informačním systému společnosti a jsou dobře dostupné, vytvořím tak analýzu vývoje počtu zakázek. Pro informaci ještě doplním, že podobný vývoj jako ukazatel měsíčního počtu zakázek je i ukazatel obratu. Z důvodu, že ukazatel obratu je zkoumanou společností vnímán jako citlivější a vývoj je podobný, rozhodl jsem se pro využití počtu objednávek. Vývoj počtu objednávek ukážu na jednotlivých měsících roku 2009, 2010 a 2011.

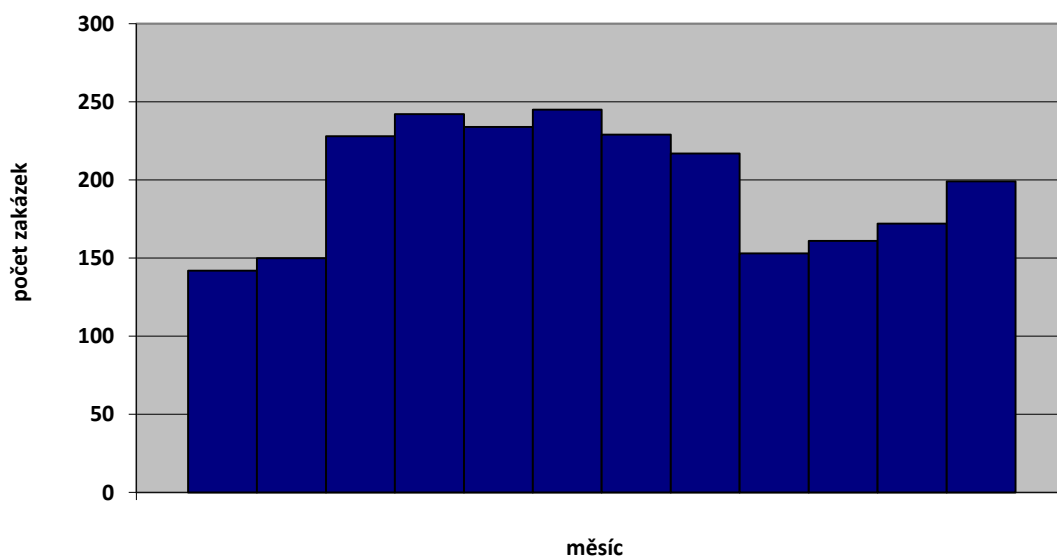
**Tab. 5 Vývoj počtu zakázek v roce 2009**

<b>Leden</b>	142
<b>Únor</b>	150
<b>Březen</b>	228
<b>Duben</b>	242
<b>Květen</b>	234
<b>Červen</b>	245
<b>Červenec</b>	229
<b>Srpen</b>	217
<b>Září</b>	153
<b>Říjen</b>	161
<b>Listopad</b>	172

<b>Prosinec</b>	199
-----------------	-----

*Zdroj: vlastní zpracování*

**Graf 1 Vývoj počtu zakázek v roce 2009**



*Zdroj: vlastní zpracování*

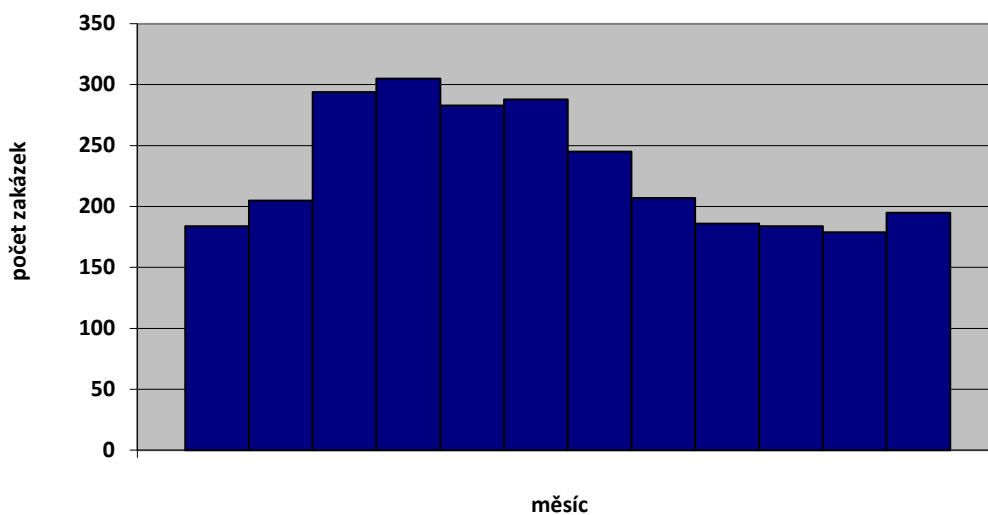
**Tab. 6 Vývoj počtu zakázek v roce 2010**

<b>Leden</b>	184
<b>Únor</b>	205
<b>Březen</b>	294
<b>Duben</b>	305
<b>Květen</b>	283
<b>Červen</b>	288
<b>Červenec</b>	245

<b>Srpen</b>	207
<b>Září</b>	186
<b>Říjen</b>	184
<b>Listopad</b>	179
<b>Prosinec</b>	195

*Zdroj: vlastní zpracování*

**Graf 2 Vývoj počtu zakázek v roce 2010**



*Zdroj: vlastní zpracování*

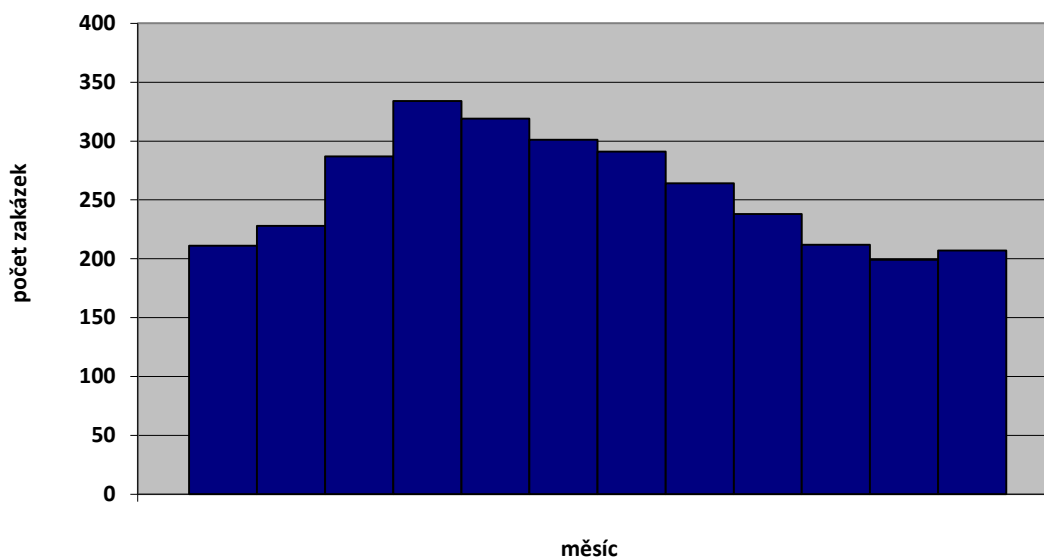
**Tab. 7 Vývoj počtu zakázek v roce 2011**

<b>Leden</b>	211
<b>Únor</b>	228
<b>Březen</b>	287
<b>Duben</b>	334
<b>Květen</b>	319
<b>Červen</b>	301

<b>Červenec</b>	291
<b>Srpen</b>	264
<b>Září</b>	238
<b>Říjen</b>	212
<b>Listopad</b>	199
<b>Prosinec</b>	207

*Zdroj: vlastní zpracování*

**Graf 3 Vývoj počtu zakázek v roce 2011**



*Zdroj: vlastní zpracování*

Z vložených tabulek a grafů je značné hned několik věcí. V období jara a léta má společnost zakázek nejvíce, což je jasné vzhledem k tomu, že v těchto ročních obdobích se lidé zajímají především o zahradní dřevěný nábytek a o jiné výrobky, které jsou určeny pro vybavení zahrady, zatímco v zimních měsících jsou hlavním artiklem různá těsnění a potřeby pro domácnost. Dalším znatelným faktem je, že počty zakázek společnosti Magnalink, a.s. jsou rok od roku větší.

## **5.2 SILNÉ STRÁNKY SOUČASNÉHO SYSTÉMU SPOLEČNOSTI**

### **MAGNALINK A.S.**

K silným stránkám současného systému distribuce patří oblast nákladů. Společnost vlastní vozový park, a i přesto, že musí počítat s náklady na údržbu vozidel, výměnu letních a zimních pneumatik, pohonných hmot, pojištění vozidel a údržbu parkovacích ploch je schopná plně zajišťovat rozvoz zboží vlastními dopravními prostředky a flexibilně reagovat na požadavky zákazníků.

Další velkou výhodou je i to, že společnost obchoduje s partnery z Asie. Říká se, že každá mince má dvě strany a v tomto případě to platí dvojnásob. Obchodování s partnery z Asie s sebou přináší i nevýhody viz níže, nicméně obrovskou a neoddiskutovatelnou výhodou obchodu se zeměmi, které leží geograficky východně od naší republiky je to, že jejich zboží je velmi levné, ale cena rozhodně není na úkor kvality. Levná pracovní síla opravdu dokáže snižovat náklady na minimum, a proto zboží, které nabízí společnost Magnalink, a.s. v České republice boduje především velmi nízkou cenou.

Jako další výhodou bych určitě uvedl velikost firmy. V tomto případě se opět dá mluvit o jakémsi dvojím efektu. Výhodou toho, že společnost je opravdu malá a má pouze 12 zaměstnanců je ta, že na pracovišti panují velmi dobré vztahy a dobrá atmosféra. To nepochybně přispívá i k velké efektivitě práce jednotlivých zaměstnanců.

Poslední výhodou, kterou bych rád zmínil, je diverzifikace nabízeného zboží společnosti Magnalink, a.s.. Vzhledem k trendům v současné ekonomice, kdy jedna finanční krize stíhá druhou, je toto velmi důležitý prvek. Může se samozřejmě stát, že poptávka po jednom druhu zboží poklesne, může se i stát, že poklesne poptávka po všech výrobcích společnosti Magnalink, a.s., diverzifikace však toto riziko snižuje a já ji považuji za velmi silnou stránku společnosti.

## **5.3 SLABÉ STRÁNKY SOUČASNÉHO SYSTÉMU SPOLEČNOSTI**

### **MAGNALINK A.S.**

Vzhledem k tomu, že společnost obchoduje i se zahraničními partnery zejména při nákupu dřevěného nábytku z Indonésie, musí počítat s vyššími náklady na dopravu, spojené s nakládkou, vykládkou a manipulací až na místo, kde zboží vstupuje na celní území EU.

Další nevýhodou, kterou s sebou přináší obchodování s obchodními partnery s Asie je to, že obchod občas probíhá prostřednictvím internetu. Zástupci společnosti jezdí minimálně dvakrát do roka do Asie na služební cestu, nicméně ne všechny zásilky jsou zkontrolované, a proto může občas dojít k záměně zboží v přepravních kontejnerech.

Velikost společnosti, kterou jsem v minulém oddělení považoval za silnou stránku, zde musím zmínit znovu. Společnost má pouze 12 zaměstnanců a její velikost, podíl na trhu a tržní síla nejsou nijak velké. To je problém zejména pokud se na společnost budeme dívat z hlediska její vyjednávací pozice, která skutečně není nijak silná. Náklady by jistě mohly být ještě mnohem nižší, pokud by společnost obchodovala s většími objemy zboží. Na to by ale bylo potřeba více zaměstnanců.

Mezi slabé stránky patří též to, že společnost obchoduje se zbožím, které se prodává více v jarním a letním období. V zimních měsících není o dřevěný nábytek a potřeby pro zahradu takový zájem.

## **5.4 NAVRHOVANÁ OPATŘENÍ NA ZLEPŠENÍ**

Bakalářská práce se zabývala procesem realizace objednávky od zákazníka až po dodání zboží. Logistika se nejčastěji dělí na logistiku zásobovací, výrobní a distribuční. Já jsem se ve své práci zaměřil hlavně na poslední zmiňovanou a to na logistiku distribuční.

Na základě provedené analýzy jsem zjistil několik nedostatků:

### **Skladování**

Při skladování vznikají i náklady, které se přímo nevztahují k vlastnímu skladování zboží.

- *náhodné skladování* – zboží se umísťuje na nejbližší volné místo a takto se také vyskladňuje. Ve skladování tudíž není žádný systém, což je velká nevýhoda. Pokud by

se nějaký zavedl, byla by společnost schopná obchodovat s větším objemem zboží. Při současném stavu skladování by u většího objemu vznikala chaos. U více druhů zboží vzniká ve skladu špatná orientace.

- *lidský faktor* – nadměrné využívání lidského faktoru vede ke vzniku chyb a nepřesností, které poté vedou v dodatečné náklady. Snahou je provoz skladu co nejvíce automatizovat, i když ne vždy to musí znamenat úsporu nákladů.

### **Doprava**

Větší důraz klást na navazování spolupráce se spedičními firmami a udržovat s nimi obchodní vztahy na dlouhodobé úrovni.

Společnost si chce vše zajišťovat sama, což je samozřejmě krásná představa, nicméně outsourcing je v dnešní době velmi moderní a hojně používanou formou úspory nákladů. Doporučoval bych tedy společnosti Magnalink, a.s., aby se pokusila zaměřit na hledání externích firem, které by byly schopny náklady společnosti ještě snížit.

Vzhledem k tomu, že v současné době neustále stoupá cena benzínu a nafty a Česká republika má jednu z nejhustších železničních sítí v Evropě, využívat více železniční dopravu.

- *eliminace poškození zboží při převážení* – zajištění posunu zboží při přepravě v autě a dbát na důkladné zabalení zboží a správné rozmístění zboží v návěsu.



## ZÁVĚR

Společnost Magnalink, a.s. potvrzuje pravidlo, že aplikovaná logistika většinou předbíhá ve svém vývoji logistiku teoretickou. Zajištění potřeb zákazníků je, vzhledem k nepravidelnosti objednávek a rozsahu nabízeného sortimentu, velmi obtížné, přesto jsem neodhalil žádné závažnější chyby ve způsobu zpracování logistických činností. Zákazník je vždy na prvním místě a všechny aktivity jsou zaměřeny na jeho maximální spokojenost. Pracovníci společnosti se neustále snaží nalézat drobná zlepšení všech pracovních činností a tedy i způsobů řešení logistických operací. Díky tomu se všechny procesy neustále zdokonalují a společnosti se tak vrací zpět prostředky, které investovala do nadstandardní podpory zaměstnanců.

Hospodářské problémy eurozóny a pokračující celosvětová finanční a hospodářská krize se nevyhnula ani odvětví dopravy a logistiky. V České republice je stále nejrozšířenějším způsobem přepravy zboží silniční aminová doprava, následovaná železniční dopravou a dopravou leteckou. Ostatní formy dopravy jsou jen okrajové. Na českém trhu stále figurují tisícovky středně velkých a menších společností, zabývající se silniční přepravou. Trh je tak v tomto segmentu značně rozšířen. S ohledem na hospodářskou situaci a globální trendy musí velké i malé společnosti v dopravním a logistickém oboru řešit situace, o kterých ještě před několika měsíci či lety vůbec neuvažovaly.

Tuzemský sektor logistiky tvrdě zasáhla hospodářská krize a je zřejmé, že pokud nedojde k oživení napříč ekonomikou, nebude se lépe dařit ani dopravcům či skladům. Zde je česká ekonomika velmi silně provázána s eurozónou. Předpokládá se, že návrat z krize bude pomalý. Hospodářská recese však zároveň přinesla mnohým společnostem příležitosti, kterých by se v době růstu pravděpodobně nedočkaly.

S krizí se podle mého názoru vyrovnali nejlépe ti, jejichž společnost zdravě fungovala, jak po stránce financování, tak i z pohledu vnitřních procesů. Zdravé společnosti dokázaly mnohem pružněji reagovat na změny tržních podmínek a nové chování zákazníků.

# SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A PRAMENU

## MONOGRAFIE

- [1] BUCHTA, Miroslav. *Nauka o podniku*. 1. vyd. Pardubice : Univerzita Pardubice, 2008. 129 s. ISBN 978-80-7395-107-8.
- [2] DANĚK, Jan. *Logistika*. 1. vyd. Pardubice : Univerzita Pardubice, 2006. 59 s. ISBN 80-7194-914-0.
- [3] DRAHOTSKÝ, Ivo, ŘEZNÍČEK, Bohumil. *Logistika procesy a jejich řízení*. 1. vyd. Praha : Computer Press, 2003. 334 s. ISBN 80-7226-521-0.
- [4] GROS, Ivan. *Logistika*. 1. vyd. Praha : VŠCHT, 1996. 228 s. ISBN 80-7080-262-6.
- [5] HÝBLOVÁ, Petra. *Logistika*. 1. vyd. Ostrava : Vysoká škola báňská, 2004. 187 s. ISBN 80-248-0705-X.
- [6] HYRŠOVÁ, Jaroslava; KLEČKA, Jiří; MARINIČ, Pavel. *Ekonomika podniku*. 1. vyd. Praha : Vysoká škola ekonomie a managementu, 2007. 322 s. ISBN 978-80-86730-25-7.
- [7] KAMPF, Rudolf. *Outsourcing dopravně-logistických procesů*. 1. vyd. Pardubice : Univerzita Pardubice, 2005. 174 s. ISBN 80-7194-818-7.
- [8] KONEČNÝ, Miloslav. *Logistika v systému řízení podniku*. 2. vyd. Ostrava : Vysoká škola báňská, 2006. 149 s. ISBN 80-248-0964-8.
- [9] KORTSCHAK, Bernd H. *Úvod do logistiky : Co je logistika?*. 2. vyd. Praha : BaBtext s.r.o., 1994. 176 s. ISBN 80-85816-06-7.
- [10] PERNICA, Petr. *Logistika: vymezení a teoretické základy*. 1. vyd. Praha : Vysoká škola ekonomická, 1994, 210 s. ISBN 80-7079-820-3.
- [11] SCHULTE, Christofer. *Logistika*. 1. vyd. Praha : Victorie Publishing, a.s., 1994. 301 s. ISBN 80-85605-87-2.
- [12] SIXTA, Josef, MAČÁT, Václav. *Logistika teorie a praxe*. 1. vyd. Ostrava : Vysoká škola báňská, 2004. 187 s. ISBN 80-248-0705-X.
- [13] STEHLÍK, Antonín. *Logistika-strategický faktor manažerského úspěchu*. 1. vyd. Brno : Studio Kontrast, 2002. 231 s. ISBN 80-238-8332-1.

[14] ŠTOČEK, Jiří. *Optimalizace materiálového toku ve vybraném průmyslovém závodě*. 1. vyd. Brno : VUT, 2005. 26 s. ISBN 80-214-2885-6.

[15] SVOBODA, Vladimír; LATÝN, Patrik. *Logistika*. 1. vyd. Praha : ČVUT, 2003. 160 s. ISBN 80-01-02732-X.

## **SEZNAM OBRÁZKŮ**

Obrázek 1 členění logistiky

Obrázek 2 organizační struktura

## **SEZNAM TABULEK**

Tabulka 1 Funkce balení

Tabulka 2 Přednosti a nevýhody alternativních druhů dopravy

Tabulka 3 Záznamy informačního systému o uzavřených zakázkách (položky jsou na skladě)

Tabulka 4 Záznamy informačního systému o uzavřených zakázkách (položky se musí vyrobit)

Tabulka 5 Vývoj počtu zakázek v roce 2009

Tabulka 6 Vývoj počtu zakázek v roce 2010

Tabulka 7 Vývoj počtu zakázek v roce 2011

## **SEZNAM GRAFŮ**

Graf 1 Vývoj počtu zakázek v roce 2009

Graf 2 Vývoj počtu zakázek v roce 2010

Graf 3 Vývoj počtu zakázek v roce 2011