



B&B
VIŠJA STROKOVNA ŠOLA

Diplomsko delo višješolskega strokovnega študija
Program: Logistično inženirstvo
Modul: Poslovna logistika

PAKIRANJE IZDELKOV IN OZNAČEVANJE TRANSPORTNIH ENOT

Kandidatka: Brigita Ažman

Mentor: mag. Dragan Marić, univ. dipl. inž. tehnol. prom.

Lektorica: Andreja Tasič, prof. slov.

Kranj, november 2012

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorju Draganu Mariću za usmerjanje in strokovno pomoč pri nastajanju diplomske naloge.

Hvala gospe Katji Zrimšek iz podjetja Odeja, d. o. o., za spodbudne, optimistične in kritične nasvete. In hvala vsem sodelavcem, ki so kakorkoli pripomogli k izdelavi moje diplomske naloge.

Hvala tudi moji družini, ker je moj študij vzel njen čas. Posebna zahvala možu za potrpežljivost in babici za vsa pripravljena kosila.

Nazadnje hvala študijskim kolegom za medsebojno pomoč in sodelovanje.

IZJAVA

»Študentka Brigita Ažman izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom mag. Dragana Marića, univ. dipl. inž. tehnol. prom.

»Skladno s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorski in sorodnih pravicah dovoljujem objavo tega diplomskega dela na spletni strani šole.«

Dne _____

Podpis: _____

POVZETEK

V diplomski nalogi je na začetku predstavljena embalaža, njene funkcije, pomen in vrste embalaže glede na material.

V nadaljevanju je predstavljeno podjetje Odeja, d. o. o., iz Škofje Loke, njegovo delovanje, izbor izdelkov, ki so predmet pakiranja in označevanja za transport, ter destinacije odprem podjetja.

V osrednjem delu je predstavljeno trenutno stanje: kako poteka vnos naročil, izračun volumna za pošiljko, pakiranje in označevanje transportnih enot. Poleg splošnega opisa poteka priprave naročila smo opisali tudi konkreten primer.

V zadnjem delu naloge smo navedli stanje, kakršno bi si želeli pri vnosu naročil, izračunu volumna in izdelavi specifikacije, ter omejitve in predloge za dosego zelenega stanja.

KLJUČNE BESEDE

- Embalaža
- Naročilo
- Volumen
- Pakiranje
- Označevanje

SUMMARY

At the beginning of the thesis, the packaging, its functions, meaning, and various types of packaging in terms of the material, are presented.

Next, Odeja d. o. o. company from Škofja Loka is presented, as well as, the operation of the company, the products that are the object of packaging and labelling for transportation, and the destinations of company's dispatch.

Current state is also described: the process of entering orders, the calculation of the volume for the consignment, the packaging and labelling of transport units. In addition to the general description of the process of preparing an order, a concrete example is also described.

In the last part of the thesis, the desired state in the process of entering orders, the calculation of the volume, and the formulation of specifications, as well as, the limitations and suggestions for attaining the desired state, are mentioned.

KEYWORDS

- Packaging
- Order
- Volume
- Packing
- Labelling

KAZALO

1	UVOD	1
1.1	PREDSTAVITEV PROBLEMA	1
1.2	CILJI NALOGE.....	2
1.3	PREDSTAVITEV OKOLJA.....	2
1.4	PREDPOSTAVKE IN OMEJITVE.....	3
1.5	METODE DELA	3
2	EMBALAŽA IN TRANSPORT.....	4
2.1	DEFINICIJA IN POMEN EMBALAŽE	4
2.2	FUNKCIJE EMBALAŽE.....	8
2.3	VRSTE EMBALAŽE GLEDE NA MATERIAL.....	9
3	ZNAČILNOST PAKIRANJA IZDELKOV	12
3.1	PREDSTAVITEV PODJETJA.....	12
3.2	IZBOR IZDELKOV	13
3.3	PREDSTAVITEV ZNAČILNOSTI IZDELKOV, KI SO PREDMET PAKIRANJA, IN OZNAČEVANJE IZDELKOV ZA TRANSPORT	15
3.4	DESTINACIJE IN ODPREMA	18
3.4.1	Destinacije	18
3.4.2	Odprema in označevanje	19
4	PRIPRAVA BLAGA ZA TRANSPORT	22
4.1	PREJETO NAROČILO	22
4.2	VNOS NAROČILA.....	24
4.3	PRIPRAVA NAROČILA.....	26
5	ŽELENO STANJE	35
5.1	NAROČILA.....	35
5.2	VOLUMEN	36
5.3	OZNAČEVANJE.....	37
6	PRENOVA	39
6.1	NAROČILO	39
6.2	VOLUMEN	40
6.3	OZNAČEVANJE.....	41
7	ZAKLJUČEK	46
	LITERATURA IN VIRI	48
	KAZALO SLIK.....	49
	KAZALO TABEL	49

1 UVOD

Pri prodaji izdelkov podjetja v današnjem času težko ostajajo konkurenčna samo s kakovostjo. Veliko pozornosti morajo posvetiti tudi embalaži, ki daje videz izdelku, ta pa močno vpliva na kupčevo odločitev o nakupu. Na potrošnika mora vplivati z dobro predstavitvijo izdelka in podati mora hiter pregled izdelka. Poleg vseh nalog mora s svojo obliko in pojavo predstavljati tudi podjetje. Obenem mora biti embalaža izbrana premišljeno, da izdelek še vedno ohranja svojo kakovost, in ekonomično, da ne predstavlja prevelikega stroška podjetju in s tem ne vpliva na ceno izdelka.

Vsako podjetje želi poslovati čim bolj uspešno in biti konkurenčno sorodnim podjetjem. Da bi v tem dobro uspevalo, mora zagotoviti fleksibilnost servisiranja strank, zanesljivost, hitrost, točnost dobave in stroškovno sprejemljivost servisa.

V podjetju si prizadevamo za kakovostno, točno in hitro izpolnjevanje naročil. S fleksibilnostjo proizvodnje poskušamo ugoditi čim več strankam in čim hitrejšemu posredovanju povratnih uporabnih informacij za kupca. Za realizacijo cilja pa moramo upoštevati več dejavnikov. Najprej dobro informacijsko podporo, aktivno usklajevanje vseh služb, ki so neposredno vpletene v tok realizacije naročila, od prodaje, nabave, proizvodnega planiranja, proizvodne izdelave in nazadnje skladiščenja oziroma direktnega pakiranja.

1.1 PREDSTAVITEV PROBLEMA

V diplomski nalogi bomo predstavili pomen, vrste in funkcije embalaže, ki jih zahteva lastnost izdelka, in vlogo embalaže za ohranjanje kakovosti izdelka. Eno glavnih opravil podjetja je, da zagotovimo, da pride blago do kupcev in končnih potrošnikov v brezhibnem stanju. Pri tem je ključnega pomena, da blago pravilno pakiramo in označimo.

Izpostavljamo pa problem vnašanja naročil, problem prve informativne ocene volumna in sprotno popolno označevanje pakirnih enot ter izdelave specifikacije.

Želimo, da bi naročilo v čim krajšem času vnesli v sistem, podali kupcu povratno informacijo o stanju naročila: o trenutni zalogi izdelkov, zmožnosti izdelave, razpoložljivih materialih, če so naročeni specifični izdelki, in ne nazadnje datumu odpreme. Tu je kupčeva pripravljenost oziroma zmožnost sodelovanja še kako pomembna. Z upoštevanjem naših navodil naročanja bi lahko v večji meri skrajšali vnos naročil in se izognili dvomnosti pri naročenih izdelkih.

Podaja informativnega, pa vendar po možnosti točnega podatka o volumnu, ki pomeni informacijo za nadaljnje usklajevanje naročila: glede na različen razpon

kubature transportnih sredstev obstaja možnost, da bo naročilo na podlagi informacije o volumnu zmanjšano ali dodano, s tem pa je spet povezana možnost, da ob nepravilni oceni ne moremo naložiti celotne pošiljke ali pa da odpremimo na pol prazen kamion.

Pri označevanju transportnih enot je najpomembnejša sprotnost označevanja. Vsaka transportna enota mora biti jasno označena z informacijami o tem, kdo je kupec in kje je kraj dostave. Dodatna težava nastane pri izdelavi specifikacije in označevanju vsebine transportnih enot. Etiketa na transportni enoti mora vsebovati več opisnih podatkov transportne enote in vsebine kartona. Za pot od izdelave specifikacije do izdelave opisnih listov za transportno enoto še vedno namenimo preveč ročnega dela.

1.2 CILJI NALOGE

Embalaža in pakiranje sta sestavni del proizvoda pri prevozu, ki naj bi temeljila na gospodarnosti in učinkovitosti. Z embalažo laže dosegamo določene cilje, ki so pomembni za ekonomično in rentabilno delovanje podjetja, kot so: izkoriščenost prostora, ohranjanje kakovosti proizvodov in zaščita izdelkov pred poškodovanjem. Ugotovimo lahko, da je funkcij embalaže toliko, kolikor je različnih potreb porabnikov. Opisali bomo značilnosti označevanja in pakiranja izdelkov in prikazali potek priprave blaga od naročila do predaje blaga prevozniku.

Cilj naloge je prikaz trenutnega stanja vnosa naročil, kako potekajo poti od prejema naročila, vnosa tega v informacijski sistem in prikaz težav, ki nas spremljajo ob vnosu naročila, ter podati nekaj predlogov za hitrejši vnos naročil.

V nadaljevanju pa na podlagi predhodnega ukvarjanja sodelavcev z izračunom volumna in podatki, ki so jih sodelavci že pridobili, predlagati sistem izračuna, ki bi ga lahko avtomatsko opravil informacijski sistem.

Nazadnje pa izdelati predlog označevanja transportnih pošiljk, pri katerih je zahtevano vsebinsko označevanje, in kako poenostaviti ročno izdelavo specifikacije.

1.3 PREDSTAVITEV OKOLJA

Podjetje Odeja, d. o. o., iz Škofje Loke je zraslo iz obrtne delavnice leta 1932 v centru Škofje Loke. Podjetje je specializirano za proizvodnjo prešitih in drugih tekstilnih izdelkov za opremo vseh vrst ležišč in ambienta. Z odličnimi izdelki ljudem omogoča zdravo in udobno spanje, obnovitev energije ter uživanje v počitku in estetiki doma.



Slika 1: Zaščitni znak podjetja
(Vir: Interna dokumentacija podjetja Odeja)

1.4 PREDPOSTAVKE IN OMEJITVE

V diplomski nalogi bomo izhajali iz naslednjih predpostavk:

- embalaža, njen pomen in funkcije,
- ustrezna priprava blaga pripomore k lažji manipulaciji transporta in kakovostni dobavi,
- skrajšati čas vnosa naročil,
- izpopolniti izračun volumna,
- predlog in opis poteka izdelave specifikacije,
- pravočasna in kakovostna informacija, dobra komunikacija vseh služb v podjetju in uspešno sodelovanje s poslovnimi partnerji vodijo k dobri gospodarski učinkovitosti podjetja.

1.5 METODE DELA

Pri pisanju naloge smo v teoretičnem delu uporabili opisno metodo in metodo kompilacije, kjer smo opisovali, uporabljali zapiske, navedbe in citate drugih avtorjev pri pomenu, vrstah in funkciji embalaže. Diskriptivni pristop smo uporabili pri opisovanju obsega odpreme, pripravi blaga za transport v primeru družbe in poteku procesa od prejema naročila do odpreme.

Analitična metoda je bila uporabljena pri praktičnem delu naloge. V tem delu smo razčlenili postopke vnosa naročil, izračuna volumna in izdelave specifikacije.

V zaključku pa smo z metodo sinteze pri primeru izdelave specifikacije in predloga nove, hitrejše izdelave te združili v teoretične ugotovitve, ki nam predstavljajo rešitev.

2 EMBALAŽA IN TRANSPORT

2.1 DEFINICIJA IN POMEN EMBALAŽE

Embalaža imenujemo zunanjo opremo blaga. To so vsi izdelki ne glede na izvor in materiale, v katere polnimo, vstavljamo, zavijamo, spravljamo oziroma pakiramo proizvode. So sredstva, ki varujejo blago pri transportu, med prelaganjem, skladiščenjem in uporabo.

Embalaža so vsi izdelki iz kateregakoli materiala, namenjeni temu, da blago, ne glede na to, ali gre za surovine ali za izdelke, obdajajo ali držijo skupaj zaradi hranjenja ali varovanja, rokovanja z njim, njegove dostave ali predstavitve na poti od proizvajalca do končnega potrošnika (Radonjič, 2001, str. 3).

Beseda embalaža je francoskega izvora, izhaja iz izraza (fr.: l'emballage), kar v najširšem smislu besede pomeni nosilec, ovoj oziroma vse tisto, v kar blago zavijamo, polnimo, vstavimo, pripravljamo, torej embaliramo oziroma pakiramo. Izdelke pakiramo zato, da bi jim ohranili vrednost, olajšali transport, manipuliranje, skladiščenje in da bi dobil izdelek svojo osebnost oziroma prepoznavnost in s tem pripomogel pri ustvarjanju ugodnega imidža proizvajalca (Snoj, 1981, str. 9).

Embaliranje je način oziroma tehnologija priprave proizvodov za transport in prodajo, sama embalaža pa je sredstvo, katerega namen je zaščita izdelka pred najrazličnejšimi zunanjimi vplivi poškodb (zlom, razsip ...) ter ohranjanje njegove prvotne, želene vrednosti; embalaža je torej tisto, kar ščiti vsebino, identificira proizvajalca, predstavlja trgovsko znamko in informira kupca o nakupu vsebine, vse to pa realizira s stroški, ki so primerljivi s konkurenco (Barton, 1946, str. 90).

Pravijo, da je »embalaža potrebno zlo, ali vedno le zlo«. Tako želijo poudariti, da so vsi stroški embalaže za proizvod izgubljen dobiček, ki samo draži stroške proizvodnje. Zato se vedno iščejo prihranki pri embalaži in čuti stalno pomanjkanje sredstev za strokovno reševanje problemov tehnike pakiranja in embalaže. Spoznanje, da je embalaža nepogrešljivi del pretočne verige blaga, da je osnovna funkcija sodobnega integralnega transporta, šele določa njeno pravo mesto in vrednost v mednarodnem gospodarstvu. Neskladje med dimenzijami transportne embalaže, paletami in transportnimi sredstvi hromi racionalizacijo integralnega transporta pri nas (Cegnar, 1974, str. 1).

Na poti od proizvajalca do potrošnika je izdelek izpostavljen najrazličnejšim zunanjim vplivom, ki ga lahko poškodujejo ali celo uničijo. Zato je embalaža pomembna, ker:

- dobro varuje izdelek pred kemičnimi, mikrobiološkimi, fizičnimi in atmosferskimi vplivi, ki bi zmanjšali kakovost izdelka,
- je enostavna za shranjevanje, zlaganje, odpiranje, zapiranje in ločevanje vsebine,
- obvešča potrošnika o vsebini,
- privlači kupce, je ekonomična in praktična za skladiščenje,
- je po uporabi lahko odstranljiva, ponovno uporabljiva (vračljiva embalaža) ali primerna za reciklažo.

Pojem pakiranje uporabljamo kot drugo ime za embaliranje, pri čemer je pomen pakiranja širši, saj poleg postopkov, ki se nanašajo na pripravo izdelka, njegovo zlaganje v embalažo, kontrolo, merjenje, označevanje ter evidentiranje, vključuje še pripravo za odpremo, transport in distribucijo izdelkov do končnega porabnika.

Ločimo transportno in porabniško pakiranje. Namen transportnega pakiranja je zaščititi blago pred poškodbami, okvarami, onesnaževanjem med prevozom, saj vemo, da je izdelek na poti od proizvajalca pa vse do končnega uporabnika izpostavljen različnim zunanjim vplivom. Prav tako se s transportnim pakiranjem omogoči lažje pretovorne manipulacije, skladiščenje in transport blaga. Porabniško pakiranje pa želi čim bolj približati določen pakiran izdelek porabniku. Obe vrsti pakiranja sta med seboj soodvisni in povezani (Radonjič, 2008, str. 17; povzeto po Godnič, 2001).

Embalaža mora biti:

- izdelana tako, da ima najmanjšo možno prostornino in maso, ki še zagotavlja nujno raven varnosti in zdravstvene neoporečnosti za embalirano blago in potrošnika;
- načrtovana, izdelana in dana v promet tako, da je omogočena njena ponovna uporaba ali predelava, vključno z recikliranjem, in da so vplivi na okolje pri odstranjevanju odpadne embalaže ali ostankov, ki nastanejo pri odstranjevanju odpadne embalaže, čim manjši;
- izdelana tako, da embalažni materiali in materiali pomožnih sredstev za embaliranje vsebujejo čim manj škodljivih in nevarnih snovi, ki bi pri sežiganju in odlaganju odpadne embalaže ali njenih ostankov vplivale na okolje zaradi emisije snovi v zrak ali zaradi vsebnosti teh snovi v pepelu ali v izcedni vodi.

Prodajna, komercialna ali primarna embalaža

Prodajno ali komercialno embalažo izročamo kupcu skupaj z blagom in je namenjena predvsem za blago široke potrošnje. Prodajna embalaža spremlja in varuje izdelek od proizvajalca do porabnika ter omogoča prihranek časa v maloprodaji. Namenjena je posrednikom, trgovinam in kupcem. Njen namen je zlasti v pospeševanju prodaje, zato je zlasti pomemben njen zunanji videz. Drugače jo

imenujemo tudi originalna ali izvirna maloprodajna embalaža. Pakiranje blaga v prodajno embalažo opravljajo predvsem proizvajalci ali uvozne organizacije. Poleg navedenih pakirajo blago tudi specializirane organizacije ali trgovine same, če imajo pakirne stroje.

Naloge prodajne embalaže so:

- spremlja in varuje izdelek na poti do uporabnika,
- v maloprodaji omogoča prodajo brez večjih časovnih zamud,
- omogoča prepoznavnost izdelka,
- posreduje proizvajalčevo sporočilo kupcu z natisnjeno deklaracijo in sporočili o lastnostih izdelka ter propagandnimi obvestili,
- je nosilec črtna kode, ki omogoča ob uporabi računalniške in elektronske opreme prenos informacij za potrebe proizvajalcev in trgovine,
- olajša uporabo in hranjenje izdelka, ko uporabnik porabi le del embalarane vsebine,
- motivira za nakup, saj kupec mnogokrat enači izdelek z njegovo zunanjo opremo (Požar, 1997, str. 48).

Komercialna embalaža je tako nosilec blaga in posrednik proizvajalčevega sporočila kupcu. Opremljena je z ilustracijami, liki, fotografijami in besedilom. Besedilo na površini embalaže je sestavljeno iz obveznega in neobveznega dela.

Ob dejavnikih, ki zagotavljajo dobro prodajo izdelka (privlačen in praktičen videz, okolju naravnan material, varna embalaža, velikost embalaže, vrsta embalaže), pa je predvsem proizvajalcu in distributerjem pomembno, da cena embalaže zajame čim manjši odstotek prodajne cene oziroma da ta odstotek ustreza vrsti izdelka. Glede na vse večje zahteve in pričakovanja kupcev je zelo pomembno, da proizvajalec zunanjemu videzu oziroma embalaži nameni veliko pozornosti in tako delo prepusti profesionalnim oblikovalcem, ki bodo z izvirnostjo, inovativno obliko, pestro paleto modernih barv ter upoštevanjem konceptov okoljskega oblikovanja embalaže dosegli boljšo prodajo izdelka.

Notranja, ovojna ali sekundarna embalaža

Je vrsta embalaže, ki obdaja ali drži skupaj več osnovnih prodajnih izdelkov blaga, ki so že v prodajni embalaži. Ta embalaža pomaga predvsem pri manipuliranju in transportu blaga do prodajnega mesta. Načeloma se ta vrsta embalaže odstrani, preden se ponudi končnemu kupcu. So pa tudi primeri, ko se ne odstrani, saj tako olajša rokovanje z izdelkom tudi kupcu (npr. pri pijačah). Njen namen ni samo v lažjem rokovanju, ampak ta vrsta embalaže ščiti in varuje blago pred krajo, poškodbami, lajša transport itd.

Včasih je blago kljub temu še vedno premalo zavarovano pred mehanskimi vplivi in drugimi oblikami manipulacije, ki jim je izpostavljeno med prevozom, tovorjenjem in skladiščenjem. Zato ga ščitijo z različnimi materiali (lesena volna, valovit karton, papir, stiropor), ki se lahko prilagodijo obliki pakiranega blaga. Tako oblaganje imenujemo blazinjenje, materiale za blazinjenje pa notranja ovojnica oziroma sekundarna embalaža (Požar, 1997, str. 48).

Prevozna, transportna embalaža

Prevozna (transportna) embalaža je tista, ki ima namen varovati izdelke pri vseh vrstah prevoza, četudi so že prodajno (komercialno) pakirani. Osnovni lastnosti transportne embalaže sta zadovoljiva trdnost in ekonomičnost. Trdna mora biti zato, da zadostno varuje izdelek med transportom, ekonomična pa zato, da zaradi svoje cene ne bi podražila izdelka ali zaradi neprimerne oblike povečala prevoznih stroškov. Pomembnost transportne embalaže z ekonomskega vidika ni le v tem, da se vrednost proizvedenega blaga ohranja, s tem pa tudi kakovost in funkcionalnost blaga, temveč tudi, da ne nastaja škoda pri transportu zaradi pomanjkljive in nekakovostne embalaže (Požar, 1997, str. 48).

Transportno embalažo uporabljamo za skupno pakiranje blaga v celinskem, čezmorskem in zračnem transportu. Osnovne funkcije transportne embalaže so:

- ustrezati mora zahtevam sodobne distribucije izdelkov,
- varovati mora pred mehanskimi poškodbami med prevozom, skladiščenjem in rokovanjem,
- varovati mora pred vplivi okolja.

Oblike prevozne embalaže so: leseni zaboji, zaboji letvenjaki, lesene palete, paletni zaboji, kontejnerji, kovinske in plastične nosilke, cisterne, kartonske škatle, sodi, vreče, obodi in drugo.

Embalažo delimo na:

- vračljivo (palete, kontejnerji, nosilke ...) in
- nevračljivo (zaboji, škatle, sodi, vreče ...).

Vračljivo embalažo lahko uporabimo večkrat, nevračljivo pa le enkrat. Vračljiva je tista, ki jo v embalažnem krogotoku uporabimo večkrat in je v celotnem krogotoku last proizvajalca oziroma uvoznika blaga v vračljivi embalaži. Vračljivo embalažo po vrsti surovine delimo na stekleno, plastično, leseno, kovinsko in drugo.

Glede na predpise o prevozu mora biti prevozna embalaža že sama po sebi narejena, kot narekujejo sodobni standardi, kot na primer termična obdelanost palet in reciklirani kartoni, in opremljena s simboli, ki narekujejo ravnanje z blagom. Simboli skrbijo za varnejše ravnanje z blagom, opozarjajo na vnetljivost, strupenost,

lomljivost in druge specifične lastnosti spakiranega blaga, ki zahteva posebne prevozne pogoje.

2.2 FUNKCIJE EMBALAŽE

Embalaža s svojimi lastnostmi in značilnostmi opravlja najrazličnejše funkcije na področju transporta in tudi prodaje proizvoda. Zahtev, ki jih mora izpolnjevati, je vedno več, zato je težko predvideti vse funkcije, ki naj bi jih imela. Med najpomembnejšimi funkcijami embalaže je treba omeniti naslednje:

Funkcija nošenja oziroma vsebovanja proizvoda

Ta je pravzaprav osnovni razlog za upravičenost obstoja katerekoli embalaže. Sposobnost embalaže, da ovija blago tako, da ga lahko varno premeščamo in uporabljamo. Avtorji jo redko omenjajo zaradi tega, ker predstavlja samoumeven namen embalaže. Toda dejstvo je, da bi bilo brez te funkcije embalaže oteženo prenašanje in uporaba mnogih izdelkov (tekočin, izdelkov v razsutem in plinskem stanju).

Funkcija ohranjanja vrednosti izdelka oziroma zaščita izdelka

Večina izdelkov potrebuje določeno zaščito, ki je odvisna od njihove ranljivosti oziroma občutljivosti na razne škodljive vire. Če kupec prejme poškodovan izdelek, se običajno zmanjša njegova uporabna vrednost. Če embalaža ne opravi svoje primarne funkcije, so druge funkcije nekoristne oziroma prodajalcu predstavljajo samo dodaten strošek. Embalaža mora torej ščititi izdelek v odvisnosti od njegovih lastnosti pred različnimi tveganji nastopa poškodb. Pomembno je poudariti, da mora embalaža ščititi izdelek od njegovega nastanka do končne uporabe.

Komunikacijska funkcija

Podaja osnovne informacije o izdelku: namen uporabe, rok trajanja izdelka, informacije o sestavi izdelka ... Izredno pomembna funkcija zunanje opreme izdelka, ki opravlja svoje naloge informiranja izdelka.

Funkcija identifikacije in motiviranja k nakupu

Embalaža je lahko eno izmed najpomembnejših sredstev, ki jih ima proizvajalec za propagiranje, gradnjo in ohranjanje identitete blagovne znamke. Funkcijo identifikacije izdelka in proizvajalca opravlja s pomočjo značilnih oblik, dimenzij, materialov in ostalih komunikacijskih elementov – imena izdelka, naziva proizvajalca, zaščitnega znaka in figur, ilustracij, teksta in barvnih kombinacij, ki so na njegovi površini. Oblikovana mora biti tako, da bo pritegnila kupčevo pozornost, ga čustveno motivirala k nakupu.

Funkcija uporabnosti embalaže po iztrošenju izdelka in zaščite človekovega okolja

Da bi embalaža ustrezala tem funkcijam, mora ustrezati naslednjim pogojem:

- čim enostavnejše ravnanje z njo in večkratna uporaba,
- izdelana iz okolju prijaznih materialov,
- lahko jo ponovno uporabimo kot nosilec enakega izdelka (povratna embalaža),
- lahko jo predelamo in kot surovino ponovno uporabimo,
- lahko jo koristno uničimo in s tem prispevamo k zmanjšanju stopnje onesnaženosti okolja, v katerem živimo.

V tem obdobju, ko se soočamo z vse bolj pristnim dejstvom omejenosti surovinskih in energetskih virov in z vse večjim problemom onesnaženosti človeškega okolja, pridobiva ta funkcija embalaže vse večji pomen.

Izbira prave embalaže je torej lahko tako pomembna prvina, kot je izdelek sam, njegova cena, njegove tržne poti in tržno komuniciranje. Večina tržnikov uvršča embalaranje kar k strategiji izdelka (Kotler, 1998, str. 458).

Tako pridemo do ugotovitve, da mora biti embalaža smotrna, kar pomeni, da mora biti narejena tako, da doseže svoj namen. Tega doseže, če se blago čim popolneje zaščiti, torej ohrani njegovo kakovost nespremenjeno in nepoškodovano, pa tudi količinsko nezmanjšano na poti od proizvajalca do dobavitelja oziroma končnega uporabnika. Vse to pa mora opraviti s čim manjšimi stroški (Snoj, 1981, str. 19–22).

2.3 VRSTE EMBALAŽE GLEDE NA MATERIAL

Embalažo lahko z vidika zahtev in pričakovanj razvrstimo na različne načine. Razlikujejo se materiali, iz katerih je embalaža proizvedena, prav tako je poglobitnega pomena tudi uporabniško področje, ki mu je proizvod namenjen (živila, plastika, različni polproizvodi, tehnika, kovinski elektrotehnični proizvodi ...). Pomembna je oblikovnost, ki je v bistvu ozko povezana z materialom, iz katerega je izdelana embalaža. Izpostaviti pa moramo tudi spojenost s proizvodom, trajnost in seveda namen uporabe (Pregrad, Musil, Žerjal, 1995, str. 164).

Danes se za izdelavo embalaže uporabljajo naslednji materiali:

Med embalažnimi materiali zavzemata **papir in karton** prvo mesto zaradi dobrih lastnosti, kot so: dobre mehanske lastnosti, enostavno oblikovanje, higienska neoporečnost, preprosta grafična obdelava. Papir je sorazmerno poceni, biološko razgradljiv, omogoča strojno pakiranje.

Danes se v svetu in tudi v Sloveniji za izdelavo embalaže vedno bolj uporabljajo **plastični materiali** (polivinilklorid – PVC, polietilen). V razvitih državah je že tretjina embalaže iz plastike. Uporablja se lahko samostojno ali v kombinaciji z drugimi materiali. Prednosti plastične embalaže so: nizka specifična teža, prilagodljivost za oblikovanje, nizka cena, prosojnost, možnost uporabe različnih barvnih kombinacij, odtisa različnih logotipov, visoka stopnja trdnosti, dolga življenjska doba, odpornost proti zunanjim vplivom. Najpogostejše oblike so zabojniki, vrečke, plastenke, doze, škatle ...

Prednosti **steklene embalaže**: kemijska odpornost stekla, toplotna odpornost, zdravstvena neoporečnost, nepropustnost za pline, nepropustnost vonjav, vlage, prozornost, možnost ponovne uporabe in možnost razkužitve, enostavnost čiščenja. Pomanjkljivosti pa so prav gotovo velika specifična teža, lomljivost, krhkost in velika poraba energije pri izdelavi. Težave slabih strani stekla danes rešujejo z zamenjavo s plastiko, vendar pa je uporaba steklene embalaže pri nekaterih proizvodih vezana na dolgoletno tradicijo, npr. buteljčna vina, nekatere žgane pijače. Steklo je eno najstarejših embalažnih materialov

Les, predvsem les iglavcev, se najpogosteje uporablja za transportno embalažo. Kot embalažni material se je zaradi prodora plastike in kartona precej zmanjšal, tudi kot posledica velikega iztrebljanja gozdov. Uporablja se še za embalažo velikih naprav, ladijske zaboje, sode, nizke palete. Uporaben je tudi v komercialne namene, ko poskuša poudariti naravno vrednost izdelka, npr. za izdelavo luksuzne embalaže, kot so razne košarice, škatle za sire, vina ipd.

Tekstilna embalaža se navadno izdeluje iz naravnih vlaken: juta, lan, konoplja, nekoliko manj bombaž, in pa sintezni materiali, ki danes prevladujejo zaradi boljših lastnosti. So namreč lažji, bolj elastični, ne vpijajo vlage, se umažejo le površinsko in so odporni proti delovanju mikrobov. Embalažo iz tekstilij se izdeluje v obliki vreč, vrečk, bal, ponjav in cerad ter materialov za zavezovanje, kot so vrvi, razni trakovi ...

Kovinska embalaža, kot so folije, pločevinke, pršilniki, tube, in preostala težka embalaža, kot so sodi, cisterne in zabojniki, omogočajo dobro mehansko zaščito in zaščito pred atmosferskimi vplivi. Uporablja se v živilski, kemijski, farmacevtski in kozmetični industriji. Je nepropustna za vodo, pline, pare in tudi za mikroorganizme, hkrati pa ščiti proizvode pred negativnimi vplivi svetlobe. Je toplotno prevodna in dobro prenese razkuževanje, zato omogoča konzerviranje prehranskih izdelkov. Zaradi svoje lahкости, obstojnosti na vlago v zraku, visokega sijaja in možnosti oblikovanja in grafične izdelave pa med kovinskimi embalažami prevladuje aluminij.

Kompleksna embalaža je sestavljena iz dveh ali več materialov, kot so papir, alufolija, raznovrstne plastične folije. Ustrezna je za izpolnjevanje številnih in

raznovrstnih tehničnih ter drugih pogojev, ki jim ni primerljiv noben od zgoraj opisanih materialov. Na ta način se izboljšujejo predvsem embalažne lastnosti, nepropustnost za vodo, svetlobo, maščobe.

3 ZNAČILNOST PAKIRANJA IZDELKOV

3.1 PREDSTAVITEV PODJETJA

Odeja je zrasla iz obrtne delavnice, ustanovljene 1932. leta v centru Škofje Loke. Prvi zametki segajo v leto 1927, ko je škofjeloški podjetnik Rado Thaler najel nekaj delavk in v bližnji baraki organiziral ročno izdelovanje prešitih odev. Narodna vlada Slovenije je leta 1945 prevzela obrat v državno upravljanje. Takrat so zaposlovali 23 delavcev in letno izdelali 21.000 prešitih odev. Petletno obdobje, od 1967 do 1972, je predstavljalo za Odejo čas napredka na vseh področjih delovanja. Velika količina naročil je zahtevala izgradnjo nove tovarne na Trati, kamor se je leta 1973 preselilo 130 delavcev. Po osamosvojitvi in spremembi družbenega sistema so v Odeji začeli s privatizacijo in se statusno preoblikovali v delniško družbo, leta 2009 pa v družbo z omejeno odgovornostjo (www.odeja.si).

Lasten razvoj je podjetju omogočal širjenje prodajnega programa. Svoje novosti Odeja predstavlja na sejnih doma in v tujini ter pogosto prejema nagrade in priznanja. Poslovanje podjetja poteka v skladu z mednarodnim standardom ISO 9001:2008.

Danes je največje in vodilno industrijsko podjetje v Sloveniji, specializirano za proizvodnjo prešitih tekstilnih izdelkov. V Odeji intenzivno sledimo tehnološkemu razvoju v svetu in z lastno blagovno znamko prodiramo na svetovne trge. Naš proizvodni program obsega vse vrste izdelkov za opremo ležišč za otroke, mladino in odrasle. Odejine izdelke odlikujejo vrhunski materiali in izredna kakovost, predvsem pa so produkt lastnega razvoja in oblikovanja. Intenzivno in vsakodnevno se prilagajamo spremenjenim zahtevam trga, hkrati pa iščemo priložnosti na novih trgih (www.odeja.si).

V Odeji neprestano sledimo tehnološkim novostim, analiziramo ponudbo materialov na trgu in vse skupaj združujemo v optimalen rezultat ter stalno izboljšujemo svojo ponudbo in storitve. Vse izdelke in vgrajene materiale še pred redno proizvodnjo pazljivo testiramo z namenom zagotoviti res kakovosten in brezhiben produkt, ki bo zadovoljil končnega uporabnika. Kakovost je namreč eden izmed ključnih delov našega imidža, daje nam prepoznavnost in krepi zaupanje v blagovno znamko. Zelo pomembna prednost je tudi odličen dizajn. Oblikovanje kolekcij, razvoj novih izdelkov, oblikovanje embalaže in skrb za celostno podobo blagovne znamke, promocijske predstavitve, podoba trgovin ODEJA in ODEJA home ter vsi promocijski materiali so plod dela našega lastnega oblikovalskega in razvojnega tima (www.odeja.si).

➤ Vrednote

ODEJA je prepoznavna in predvsem zaupanja vredna blagovna znamka. Kupec, ki ceni udobje, kakovost, dober dizajn, zdravje in prestiž, skratka kakovost bivanja in spanja, bo izbral ODEJO. Nenehna želja po napredku, zmožnost hitrega prilagajanja razmeram na trgu, opiranje predvsem na svoje znanje in izkušnje ter razvoj in trženje lastne blagovne znamke, ki jo nadgrajujemo z vedno boljšimi in kakovostnejšimi izdelki, so vrednote vseh zaposlenih v Odeji.

➤ Dosežki

Zgodba o uspehu je plod ustvarjalnosti lastnega razvojnega in oblikovalskega tima in hkratnega angažiranja vseh zaposlenih, ki so Odejo popeljali prav v vrh proizvodnje najkakovostnejših izdelkov. Naše oblikovalke so za svoje delo prejele številne nagrade in priznanja na sejmih tako doma kot tudi v tujini. Izdelki in kolekcije so zadnja leta izbrani v kategorijo TOP TEN najboljših oblikovanih izdelkov na sejmu pohištva v Ljubljani.

Odeja je leta 1998 prejela certifikat sistema kakovosti ISO 9001. V letih 2008 in 2009 smo se uvrstili v kategorijo SUPERBRANDS, prejeli pa smo tudi nagrado TRUSTED BRAND, ki zagotavlja visoko prepoznavnost in zaupanje kupcev v blagovno znamko ODEJA na področju Slovenije.

3.2 IZBOR IZDELKOV

V podjetju imamo tri blagovne znamke proizvodnega programa:

ODEJA design



Slika 2: Blagovna znamka Odeja design
(Vir: Interna dokumentacija podjetja Odeja)

Za izdelavo izdelkov v programu design uporabljamo prestižne najnovejše, najbolj kakovostne materiale. Izjemna kakovost, vrhunska tehnologija in dizajn odražajo program izdelkov te blagovne znamke. Vsi potrošniki, ki si želijo kakovost in udobje spanja, tu najdejo zase enkraten izdelek.

ODEJA home



Slika 3: Blagovna znamka Odeja home
(Vir: Interna dokumentacija podjetja Odeja)

Program izdelkov blagovne znamke ODEJA home je cenovno dostopnejši, hkrati pa lahko zadovolji še tako zahtevnega uporabnika. Izdelke odlikujejo uporabnost, enostavno vzdrževanje in visoka obstojnost. Izdelki zagotavljajo maksimalno higieno, saj so pralni tudi do 95° C.

ODEJA kids



Slika 4: Blagovna znamka Odeja kids
(Vir: Interna dokumentacija podjetja Odeja)

V programu blagovne znamke ODEJA kids pa izdelujemo vse za popolno opremljenost otroške in mladinske sobe. Program dopolnjujejo specialno oblikovane blazine, ki znajo zadovoljiti naše najbolj zahtevne mlade uporabnike.

V naših blagovnih znamkah proizvodnega programa izdelujemo prešito posteljnino, tj. **prešite odeje, vzglavnike in nadvložke** iz naravnih materialov: bombaža, ovčje volne, kamelje volne, bambusovih vlaken in umetnih vlaken, kot so sodobna specialna poliestrska vlakna, ter posebno oblikovane pene za vzglavnike. **Dekorativni program** iz bombaža in bombažnega satena. Serijsko izdelujemo standardne dimenzije posteljnega perila za slovenski trg, podaljšane dimenzije in niti nam niso tuje dimenzije, izdelane po meri in željah posameznikov.

V našem prodajnem programu pa najdemo tudi otroški program **specialne blazine in podloge**, ki so uporabne za vse generacije, nekaterim za v oporo in pomoč, drugim za dekoracijo, veselje in udobje.

Da pa ne govorimo samo o naši standardnih in validiranih¹ proizvodih, smo zelo odprti za izdelavo izdelkov po željah kupcev. Lahko gre za fizične osebe, ko glede na individualno željo, potrebo posameznika izdelamo ali priredimo (modificiramo) izdelek, ali pa za podjetja, ko izrazijo svoje potrebe trga in posebno zanje razvijemo proizvod, ali pa če nam kar direktno pošljejo svoje kroje in izrazijo namembnost izdelka.

Glede na povpraševanje lahko proizvodnja naše validirane izdelke samo modificira, če se modifikacija nanaša na eno samo spremembo: polnila, prešitja, tkanine, ali dimenzije, v tem primeru za ta izdelek preračunamo ceno in odpre se nova šifra izdelka. Če pa je to popolnoma nov izdelek, je potrebna izdelava še tehnološke mape normativov, testiranje izdelka ... In šele nato cena in odprtje nove šifre.

3.3 PREDSTAVITEV ZNAČILNOSTI IZDELKOV, KI SO PREDMET PAKIRANJA, IN OZNAČEVANJE IZDELKOV ZA TRANSPORT

V našem podjetju je bistvenega pomena osnovna oziroma primarna embalaža, ker s tem že po videzu embalaže sortiramo izdelke v posamezno blagovno znamko. To za nas pomeni boljši pregled izdelkov pri skladiščenju in manipuliranju izdelkov, za kupca pa večjo prepoznavnost izdelka. Za primarno embalažo uporabljamo vrečke iz polietilena in kompleksno embalažo, sestavljeno iz polietilena in tekstila. Seveda imamo več dimenzij embalaže, odvisno od dimenzije in lastnosti izdelka. Izdelki znamke Home so v popolnoma prozornih PE-vrečkah, izdelki znamke Design pa so pakirani v PE-vrečke s kombinacijo črnega flisa (tanka, lahka, zračna sintetična polipropilenska tkanina), na njih pa je logotip našega podjetja. Vse vrečke imajo zadrgo in ročaje. Vsa embalaža, ki služi za proizvode široke potrošnje, je

¹Validacija: Če je izdelek sprejemljiv glede na vse zahteve – kakovostno in cenovno, se izdelek verificira. Po preteku 6 mesecev se pregleda rezultate prodaje izdelka na trgu in oceni zanimivost izdelka za trg. Če je izdelek na trgu dobro sprejet, se izdelek validira.

načrtovana, izdelana in dana v promet tako, da je omogočena njena ponovna uporaba.

Embalaža za proizvode industrijske potrošnje (oprema za hotele, dijaške, počitniške domove, vrtce ...) pa je bolj enostavna in za enkratno uporabo. Že v osnovi je večja, bolj enostavna in namenjena pakiranju po več kosov posameznega izdelka.

Vrečke s kombinacijo PE in flisa se nujno uporabi za izdelke iz naravnih materialov, bombaža in volne. Zanje je značilno, da jim mora biti omogočen stalen pretok zraka oziroma dihanje. To velja predvsem za volno, ki ima to specifično lastnost: če se ne zrači oziroma če se navlaži, se začnejo razvijati plesni, dobi neprijeten vonj, ki ga ne moremo odstraniti. Ne glede na to, da se za naše izdelke uporablja pralna volna, se ob nepravilnem vzdrževanju in nepozornosti lahko uniči. Zato moramo že v skladišču gotovih izdelkov paziti na ustrezno skladiščenje izdelkov, primerno vlažnost prostorov, kjer so prisotna volnena vlakna, da izdelke zlagamo pravilno, to je stran iz PE na stran iz PE in flis na flis, tako da je omogočeno dihanje izdelka. Zato je zelo pomembna velika pozornost in skrbnost pri pakiranju, skladiščenju in kasneje transportu naravnih materialov, da ne uničimo njihove naravne lastnosti in funkcije.

Vsi naši izdelki so narejeni iz tkanin nežnih barv, zato so zelo občutljivi na umazanijo in prašenje. Posebno pozornost je zato treba nameniti urejenosti in čistosti delovnih mest, od priprave materiala, rezanja, izdelave, še najbolj pa pri pakiranju izdelka, kjer delavka izvede končno kontrolo vsakega izdelka. Izbrana primarna embalaža je izdelana tako, da izdelek dobro ščiti pred prašenjem, hkrati pa je zračna, kjer je to potrebno.

Delikatni izdelki so pri nas tudi specialni anatomsko oblikovani vzglavniki z različnimi vložnimi penami iz lateksa – mehkejši, penami puhin – trši, specialnimi viskoelastičnimi penami – spominske pene. Resda imajo ti vzglavniki najboljše lastnosti prilagodljivosti oblike našemu telesu, vendar je treba že pri osnovnem pakiranju paziti, da se pakirne vrečke optimalno prilegajo, ker drugače pride do deformacij vzglavnikov v kotnih predelih, pri transportnem pakiranju pa je treba upoštevati, da izdelke zložimo stično, da se ne podirajo in da nanje ne nalagamo težkih izdelkov, ker lahko ob teži drugega izdelka ta počí. Pri pakiranju je torej treba zagotoviti, da so ti vzglavniki pakirani trdno, stabilno.

Pravilno, ustrezno embaliranje proizvodov v osnovno embalažo, ki je v neposrednem stiku z izdelkom, je za nas ključnega pomena, ker vpliva na ohranjanje kakovosti proizvodov, nemoteno prevzemanje, skladiščenje in pripravo proizvodov za transport.

Seveda moramo biti v današnjem času pri izbiri embalaže tudi ekološko ozaveščeni in upoštevati vpliv embalaže na okolje, zato si v podjetju prizadevamo, da je naša embalaža čim bolj ekološko razgradljiva in okolju prijazna.

Cilj čim večje ekološke ozaveščenosti poskušamo doseči tudi s tem, da je embalaža, ki je dana v promet, čim bolj uporabna, na primer: ob nakupu izdelka ne potrebujemo dodatne nosilne vrečke, ker že ima za nošnjo namenjene ročaje, vrečko lahko uporabimo doma za shranjevanje prehodnih odev ali oblačil, ker ima zadrgo za večkratno odpiranje in zapiranje, ena stran vrečke je prozorna za boljšo preglednost. Ko je embalažna vrečka iztrošena, je primerna za reciklažo.

Odeja je vključena v sistem ravnanja z odpadno embalažo.

Obenem si moramo prizadevati tudi za to, da ohranimo prepoznavnost, ličnost embalaže in, najpomembneje, cenovno dostopnost, da embalaža ne vpliva preveč na ceno izdelka.

Deklariranje izdelkov

Deklaracija mora vsebovati osnovne podatke o izdelku, naziv proizvajalca, dobavitelja in tistega, ki je na trgu za izdelek odgovoren.

Vsi izdelki naše proizvodnje so predvideni za različne trge, zato jih poskušamo že v osnovi pripraviti za čim širši trg, s tem ko jih deklariramo dvojezično v slovensko-angleškem jeziku. Vsi izvozni izdelki morajo biti dodatno etiketirani (deklaracije), če ne zadošča osnovna deklaracija, predvsem za države, ki niso članice EU, in morajo biti napisi na etiketah v skladu z zakonom v jeziku in pisavi uvozne države.

Vsebina deklaracije je odvisna tudi od zahteve trga. V našem primeru pa vsebuje:

- sedež distributerja,
- ime proizvajalca,
- naziv izdelka,
- dimenzijo izdelka,
- osnovne sestavine in njihov delež, krčenje blaga,
- vzdrževalne znake (pranje, likanje, kemična obdelava),
- črtno kodo, ki jo kupec potrebuje za prevzem izdelka,
- državo porekla.

Rusija ima še posebne zahteve: navedbo posebnih dodatkov, datum proizvodnje, navedbo certifikata (certifikat Gost R) in ruski normativ, tu pa je še posebnost deklaracije: izpisana je v cirilici.

Za vsakega kupca, s katerim začnemo poslovati, odpremo posebno deklaracijsko oznako v matičnih podatkih kupca. To je koda, po kateri se izpisujejo deklaracije za vsa nadaljnja kupčeva naročila. V kodi so zapisani jezik, pisava in pa zahtevana vsebina deklaracije.

3.4 DESTINACIJE IN ODPREMA

Temeljni cilj delovanja logističnega sistema je optimalno preskrbovanje proizvodnje in trgovine ter zagotavljanje najvišje možne ravni storitve za kupca z izdelki v zahtevani količini, kakovosti in dobavnem roku ob minimalnih stroških.

3.4.1 Destinacije

V podjetju Odeja, d. o. o., poslujemo s kupci na trgu direktno in posredno.

Direktno poslujemo z večjimi distributerji oziroma direktno s kupcem kot fizično osebo.

Večinoma so direktni naročniki slovenski (podjetja, fizične osebe ...); naročniki iz držav južne Evrope in bližnjih oziroma sosednjih držav, na primer Hrvaška, Srbija, Avstrija, Nemčija, Italija, Makedonija ...

Posredno poslovanje pa uporabljamo predvsem takrat, kadar gre za oddaljenejšie destinacije, predvsem pa težje in kompleksnejše dokumentno urejene države, kot so na primer Rusija, Japonska, Kitajska. Tam se posrednik dogovarja za kupca v tujini.

Destinacije odprem:

- Slovenija: maloprodaja, oprema, spletna prodaja,
- južna Evropa, direktni: Hrvaška, Črna gora, Srbija, Kosovo, Albanija, Grčija, Italija,
- vzhod, posredni: Rusija – St. Petersburg, Ukrajina,
- vzhod, direktni: Kitajska – Tajvan,
- zahod, posredni: ZDA – Kalifornija,
- zahod, direktni: Avstrija, Nemčija, Finska.

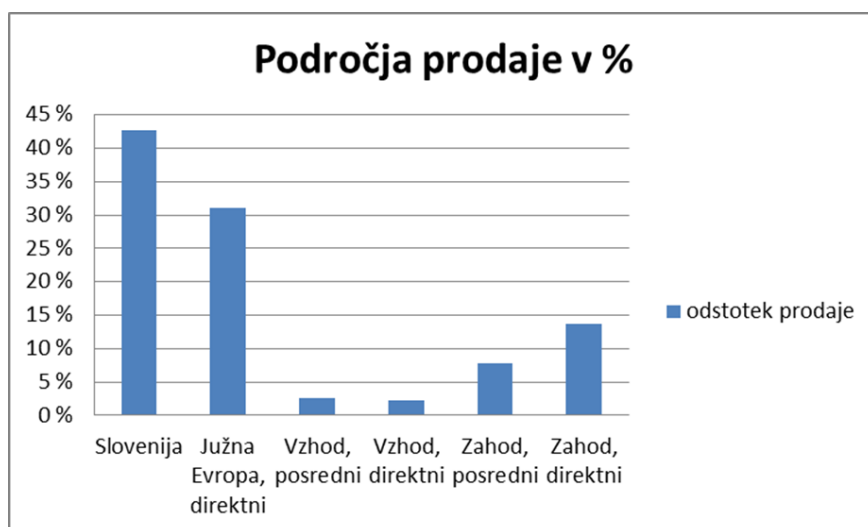


Tabela 1: Obseg prodaje po področjih
(Vir: Interna dokumentacija podjetja Odeja)

3.4.2 Odprema in označevanje

Postopek odpreme se seveda začne z naročilom kupca. Izdelke pripravljamo, pakiramo in odpremimo za transport v skladišču gotovih izdelkov po metodi FIFO, če izdelki niso narejeni individualno po željah za določenega kupca. Individualno lahko kupec na podlagi našega izbora proizvodov izrazi svoje želje glede dimenzije, barve in kombinacije, na primer za opremljanje hotelov, kampov, dijaških domov ali pa za zasebne potrebe.

Transportno pakiranje in uporaba transporta

Izdelki se za določene kupce in trge (npr. države bivše Jugoslavije) pakirajo v transportno embalažo, ki so lahko močnejše večje vreče (več kosov skupaj v eni večji vreči tvori koli). Vreče – koliji se označijo z zaporedno številko in imenom kupca ali njegove poslovalnice. Te države niso zelo oddaljene in tudi transportne poti so dobro urejene, zato ni potrebno dodatno posebno pakiranje v kartonsko embalažo. Izdelki so zapakirani v osnovno embalažo, ki je obenem tudi že komercialna embalaža, in nato v transportno embalažo. Za vsako odpremo se naredi specifikacija. Specifikacija je popis izdelkov v kolijih, ti pa so oštevilčeni po zaporednih številkah, $N^0 = 1$, $N^0 = 2$, $N^0 = 3$.

Za določene kupce, pri katerih je transport daljši in tudi tveganje za poškodovanje robe večje, pa se izdelki pakirajo v kartonske škatle različnih dimenzij, odvisno od vrste izdelka in vrste transporta.

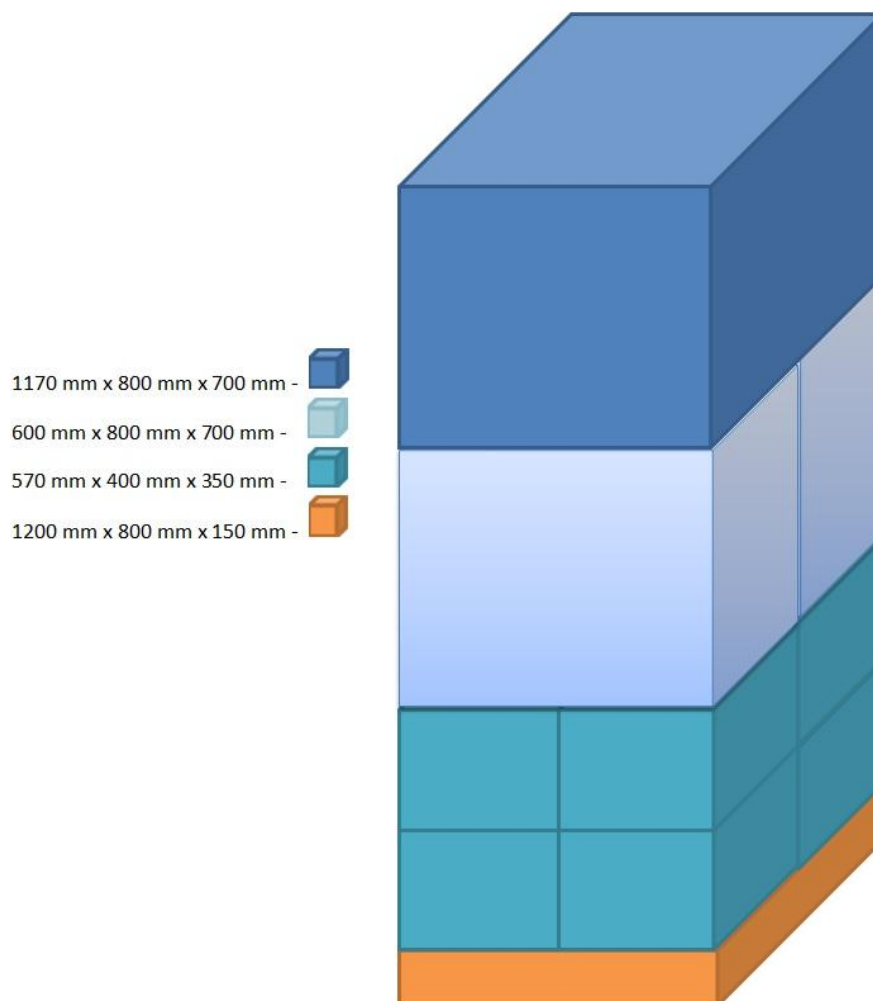
Standardni karton za cestni transport je evrokarton dimenzij 1170 x 800 x 700 mm. Vanje pakiramo bolj voluminozne izdelke, na primer prešite odeje, nadvložke, vzglavnike. Evrokartone lahko natovarjamo posamezno ali pa po tri v višino sestavimo na paleto 1200 x 800 mm v eno transportno enoto. Imamo tudi možnost pakiranja v kartone 600 x 800 x 700 mm, kar predstavlja polovico evrokartona, v primeru, da moramo pakirati točno količino za posamezne poslovalnice. Za kontejnerske prevoze uporabimo kartone dimenzije 1100 x 780 x 700 mm; so manjši od evrokartonov in lažje sestavljivi v kontejnerju. Dekorativo, ki je relativno težka, po volumnu pa majhna, pakiramo v manjše močnejše kartone dimenzije 570 x 400 x 350 mm. Osem kartonov te dimenzije sestavimo v dimenzijo evrokartona, Promocijski material pakiramo v manjše kartone dimenzije 410 x 300 x 600 mm.

Cestni transport v določene države poteka po slabših cestah, včasih celo neasfaltiranih prašnih poteh. Zato za transport v Ukrajino in Rusijo včasih po vrhu robe v karton dodamo še dodatno kartonsko zaščito pred umazanijo. Vsi kartoni se zalepijo po vseh robovih, da čim bolj tesnijo.

Če kupec želi, se lahko kartoni naložijo na palete. To je združevanje osnovnih pakirnih enot v večjo tovorno enoto, velikost pakirne enote je določena s paleto in sestavljena z namenom zmanjšanja števila manipulacij osnovnih enot (običajno evropaleta dimenzije 1200 x 800 mm, teže do 25 kg – odvisno od suhosti lesa in

koristne nosilnosti 975 kg. Palete so lahko navadne ali palete, ki ustrezajo evropskemu standardu združenja EPAL, na katerih je navedena oznaka lastnika, oznaka EUR in oznaka proizvajalca, kar pomeni, da je paleta posebno termično obdelana – fitosanitarna zahteva.

Pri zlaganju kartonov v višino moramo biti pozorni na kartone z večjo težo, ki morajo biti na paleti spodaj. V nasprotnem primeru se lahko med transportom spodnji karton ugrezne pod zgornjim.



Slika 5: Vrste kartonov za paletu
(Vir: Lasten)

Kartone obvezno označimo z naslovom kupca in krajem dostave, na kupčevo željo lahko označimo kartone tudi z nazivom in naslovom proizvajalca, seznamom vsebine v kartonu, bruto in neto težo kartona, dimenzijo kartona, lahko pa tudi še z drugimi oznakami po dogovoru s kupcem.

Še posebno pazljivo je treba označiti kartone, ki se odpremljajo preko zbirnikov, da ne pride do nepravilnega ravnanja s pošiljko ali pa celo do nepravilne dostave.

Za evropske države običajno odpremljamo preko kamionskega prevoza, za bolj oddaljene, čezoceanske, na primer Amerika, Tajvan, pa uporabimo ladijski transport.

Za Rusijo uporabljamo različne načine odprem. V St. Petersburg odpremljamo kontejnerje ladijsko, za Moskvo in Ekaterinburg pa uporabljamo kamionski transport. Izbira kontejnerja je odvisna od velikosti naročila – lahko je 20-feetni kontejner (42 kartonov dimenzije 600 x 800 x 700), 40-feetni kontejner, ali pa HC 40-feetni povišani kontejner.

Običajno kupec tudi želi poznati stroške transporta vnaprej, kadar je transport njegov strošek (pariteta EXW, FCA Škofja Loka). Seveda ob iskanju ponudbe na ceno vpliva: transportna razdalja, odnos masa/prostornina blaga, dimenzija tovora, odnos bruto/neto tkm, stopnja izkoriščenosti transportnih sredstev, uporabljena tehnologija transporta, kakovost prevozne storitve, gostota oziroma razvitost transportnega omrežja, vrsta blaga v transportu.

Problemi in reklamacije v zvezi s pakiranjem

Večjih težav ali reklamacij, vezanih na transport, v zadnjih letih ni bilo. Pred leti smo imeli težavo z grškim kupcem, ki je dobil mokre kartone. Tudi izdelki v njih so se, čeprav so bili zapakirani v vrečke na zadrge, navzeli vlage in dobili neprijeten vonj (volnene odeje). Zadevo smo reklamirali pri transportnem podjetju in tudi dobili povrnjene stroške. Kupec je robo vrnil, kasneje je dobil novo.

Avstrijskemu kupcu je prevozno podjetje pustilo pošiljko na dvorišču in jim jo je zmočilo. Kupec nam je reklamiral in vrnil pošiljko, poslali smo mu novo, stroške pa nam je povrnilo prevozno podjetje.

Pri naročilih opreme za na primer hotele, dijaške domove, kjer kupci ne potrebujejo komercialne vreče, pakiramo po več kosov skupaj v večje tovorke. Tu je za transportno embalažo dogovorjena samo polietilenska vreča. Zaradi večje zaščite blaga pred umazanijo (vreče so naluknjane zaradi izpusta zraka ob stisnjenju) damo blago vedno v dve vreči, na tovornjaku pa dno obložimo s kartonskimi ploščami.

Ruski kupec nas je opozoril, da so se pri prispeli pošiljki posedli kartoni, a škode ni bilo. Naslednjič smo bili bolj pozorni na težje kartone, da smo jih pri sestavljanju v večjo tovarno enoto dajali najnižje.

Večina nepravilnosti se zgodi pri dostavi posameznim kupcem na slovenskem trgu, ki jih oskrbujemo periodično po regijah. Tu poleg primarne osnovne embalaže pakiramo še v močnejše vreče, saj pride včasih zaradi večkratnega prelaganja tovorov ali pri udaru ob oster predmet do raztrganja vreče ali pa se umaže proizvod.

Število reklamacij zaradi transportnega pakiranja je minimalno. Občasno so prisotne reklamacije vsebinske narave.

4 PRIPRAVA BLAGA ZA TRANSPORT

V procesu prodaje je naš namen zagotavljati zadovoljitev zahtev, potreb in želja kupcev na tržišču, torej doseči najboljši servis za kupce. S kakovostjo dela vseh delavcev, vključenih v prodajni proces, skušamo izpolniti pričakovanja in primerno predstavitev izdelkov in storitev, ki jih trži družba.

Glavni namen pakiranja ostaja dostaviti kupcu blago kakovostno in nepoškodovano. Seveda moramo vedno paziti na stroške pakirne embalaže in transporta, da prevoz in embalaža ne vplivata v preveliki meri še dodatno na ceno izdelka. S tem mislimo, da ne pretiravamo v odličnosti embalaže in transporta glede na zahtevnost izdelka. Za vsako odpremo je treba izbrati ustrezno pakiranje blaga glede na značilnosti in karakteristike transporta, ki je predviden za odpremo.

4.1 PREJETO NAROČILO

Na podlagi naše splošne ponudbe izdelkov stranka pošlje povpraševanje. Vodja komercialnega področja pregleda povpraševanje, definira in pregleda zahteve kupca ter se odloči o izvedljivosti. O odločitvi obvesti kupca, tako da mu pripravi **pogoje prodaje**, ki vsebujejo:

- Cenik izdelkov, ki je običajno že vnaprej pripravljen za določen trg, lahko pa je prirejen glede na zahteve kupca, kar pomeni, da smo izdelek razvili posebej zanj. Kupec sam določi material, polnilo, prešivanje, predloži svoj kraj izdelka ali pa se izdelku priredi samo izdelava v proizvodnji. To je lahko podaljšana dimenzija, drugačne kombinacije barv ... Če osnovna ideja izdelka ostaja naša, se taki izdelavi priredi samo cena. Pri dogovarjanju o ceni ima veliko vlogo tudi pogostnost naročil, velikost naročila in količina posameznega izdelka, tu se lahko priznavajo dodatni popusti in rabati.

V našem primeru je cenik za Rusijo poslan kupcu v Excelovi tabeli za izbrane programe. Excelova tabela za program Design in posebej Excelova tabela za program Home. Vsak izdelek je v vrstici označen s:

- kataloško številko,
- našo šifro izdelka,
- nazivom izdelka,
- grupo, ki nakazuje dobljivost izdelka: A-grupa – izdelki so praviloma na zalogi, dobavljivi so v petih delovnih dneh; B-grupa – na zalogi so manjše količine, sicer so dobavljivi v štirinajstih dneh; C-grupa – izdelki specialnih dimenzij, za katere je minimalno naročilo deset kosov,
- sliko izdelka,

- dimenzijo izdelka,
- ceno izdelka, ki jo ima kupec za ta izdelek z vsemi pripadajočimi popusti in rabati,
- »praznim« prostorom za naročilo,
- sestavo izdelka: blago, polnilo,
- vzdrževanjem izdelka.

KAT. ST.	PRODUCT NAME	GROUP	DIMENZIJA	PRICE EUR / PIECE	zakaz	Fabric	Composition	Filling	Maintenance
161	3838918 761068	018190	Bamboo Extra Soft pillow	A	60x80	9,00			
162	3838918 761075	018191	Bamboo Extra Soft pillow	C	50x70	7,65	20,00	48% cotton, 52% viscose-bamboo	100% siliconized polyester
163	3838918 761082	018192	Bamboo Extra Soft pillow	C	40x60	5,85			
164	3838918 761099	018193	Bamboo Extra Soft pillow	C	70x70	9,90	20,00		
167	3838918 761235	018207	Fresh Soft pillow	A	60x80	16,20		Quilted cover with zip: 100% polyester - microfibres	Quilting: 100% polyester, 100g/m ² ; Filling: 100% siliconized polyester balls
168	3838918 761242	018208	Fresh Soft pillow	B	50x70	13,77			
169	3838918 761259	018209	Fresh Soft pillow	B	40x60	10,53			
170	3838918 761266	018210	Fresh Soft pillow	C	70x70	17,82			
173	3838918 761198	018203	Hygienic Soft pillow	A	60x80	11,40		Removable quilted cover: 35% cotton, 65% polyester	Quilting: 100% polyester, 100g/m ² ; Filling: 100% siliconized polyester-hollow
174	3838918 761204	018204	Hygienic Soft pillow	B	50x70	9,69	50,00		
175	3838918 018202	018341	Hygienic Soft pillow	B	40x60	7,41			
176	3838918 761211	018205	Hygienic Soft pillow	C	70x70	12,54	20,00		
179	3838918 761013	018185	Relax Soft pillow	A	60x80	8,52		Quilted cover: 35% cotton, 65% polyester	Quilting: 100% polyester, 100g/m ² ; Filling: 100% siliconized polyester-hollow
180	3838918 761020	018186	Relax Soft pillow	A	50x70	7,24	40,00		
181	3838918 761037	018187	Relax Soft pillow	A	40x60	4,51			
182	3838918 761044	018188	Relax Soft pillow	A	40x60	5,54			
183	3838918 761051	018188	Relax Soft pillow	C	70x70	9,97	20,00		

Slika 6: Naročilo

(Vir: Interni dokument podjetja Odeja)

- **Klavzule:** INCOTERMS 2011 – izvozni pogoji (kratica treh črk), ki morajo biti dogovorjeni s pogodbo ne glede na to, ali je kupec član Evropske unije ali ne, saj so določeni za mednarodno dobavo blaga. Predstavlja delitev obveznosti na eni strani prodajalca in na drugi strani kupca, kaj je njuna obveznost in katere stroške nosi posamezna stranka. Transport, zavarovanje, carinjenje, dobava in prevzem blaga oziroma opredeljevanje obveznosti glede prehoda tveganja (tu je velikokrat ta dogovor zelo pomemben, saj lahko napačna manipulacija in skladiščenje blaga povzroči velike stroške), kako mora biti blago embalirano za transport. Kako razmejiti stroške embalaže, je spet odvisno od tega, ali gre za osnovno pakiranje, ki je po standardih zadostno za prevoz blaga, ali pa kupec zahteva dodatno pakiranje. Seveda moramo pri tem ravnati kot dobri gospodarji, da ne prepustimo ravno te faze naključju, da bi se blago med transportom do stranke poškodovalo ali uničilo. Ne nazadnje klavzula lahko opredeljuje tudi, kako mora biti blago označeno in pregledno.

V našem primeru ima kupec klavzulo FCA, »franko prevoznik« pomeni, da prodajalec dobavi blago prevozniku ali drugi osebi, ki jo določi kupec v prodajalčevih prostorih ali drugem navedenem kraju.

Kupec pogoje prodaje potrdi ali zavrne in v tem primeru sledijo nova dogovarjanja. Če se kupec strinja, nam pošlje uradno **naročilo**.

S tem ko je kupec oddal naročilo, je pokazal interes za našo ponudbo in nakup naših izdelkov. Pregledamo, če je naročilo v skladu z dano ponudbo oziroma pogoji prodaje, če so izdelki jasno definirani, na primer barve, dimenzije izdelkov. To je pomembno predvsem pri tujih trgih, kjer imajo standardne dimenzije drugačne od naših.

4.2 VNOS NAROČILA

Naročilo ročno vnesemo v naš računalniški sistem s pomočjo računalniškega programa Vasco.

Ko nastavimo program za vnašanje naročil, **program sam ponudi zaporedno številko** naročila in **datum naročila**. Nato sledi izbira **partnerja** – to je kupec, za katerega vnašamo naročilo. Pri tem je zelo pomembno, da izberemo pravi **kraj dostave**, če ima partner več poslovalnic oziroma dostavnih mest. Ko potrdimo partnerja in dostavno mesto, sistem avtomatsko izpolni rubrike s pogoji poslovanja, ki so določeni v pogodbi: rok plačila, izbere pravi cenik, dogovorjeni rabat in popust, način plačila, deklaracije za dodatno označevanje izdelka, če ne zadošča slovensko-angleški opis, in način pakiranja.

Sledi **vnos izdelkov**, kar pri naročilih z veliko različnimi izdelki, dimenzijami in barvami zahteva veliko časa in natančnosti. Najhitreje so v sistem vnesena naročila, na katerih je pri nazivu izdelka vpisana še naša šifra izdelka ali črtna koda. S tem ko vnesemo šifro ali kodo, sistem sam najde pravi izdelek. Nato preverimo še ujemanje naziva izdelka in že je opravljena dvojna kontrola pri vnosu naročila. Pri vnašanju izdelkov po nazivu je treba dostikrat predvidevati, kaj stranka naroča, ker uporabi skrajšano ali samo eno ime izdelka (na primer namesto Relax Soft zgl. 60 x 80 cm samo Soft zglavnik 60 x 80, pri nas pa je z imenom Soft več različic vzglavnikov). Ko ugotovimo ime izdelka, poiščemo še pravo dimenzijo, pri izdelkih z barvnimi variantami pa tudi barvo. Poimenovanje barv je pri kupcih zelo bogato. Čeprav imamo vsako barvo označeno z zaporedno številko desena – najbolj problematične variante so tiste, kjer imamo eno barvo v več odtenkih (na primer »des. 6 – roza, des. – 7 viola, des. – 17 svetla viola, če dobimo naziv ciklama, lila, orhideja, svetla roza«) –, nastane problem za pravilen vnos naročila. Pri vnosu izdelkov pa moramo biti še posebej pozorni, kadar so kupcem za določeno obdobje odobrene akcije za posamezne izdelke, takrat se mora poleg že dogovorjenega rabata, ki se avtomatsko izpiše na naročilo, upoštevati še dodaten popust, ki ga ročno vnesemo na izdelek.

Ko je celotno naročilo v sistemu, si naredimo izpis in preverimo, ali je poslano naročilo kupca enako naročilu, ki smo ga vnesli v sistem: količinsko, cenovno, če je podan končni znesek na naročilu.

V našem primeru naročila iz Rusije, ki je izpolnjeno v naši Excelovi predlogi, naredimo filter posameznega poslanega naročila oziroma programa Design, Home tako, da izločimo samo vrstice, na katerih so vpisani naročeni izdelki. Uredimo stolpce, da je naročilo bolj pregledno in lažje za vnos, seštejemo naročene kose, naredimo cenovni izračun zaradi lažje kontrole ob vnosu naročila. Na podlagi šifer vnašamo izdelke v program Vasco za naročila in sproti preverjamo naziv, dimenzijo in ceno izdelkov. Če se nam po vnosu naročila v program Vasco ujemata naročena količina in izračunana vsota, je naročilo pravilno vneseno.

V nadaljnji obdelavi naročila preverimo zaloge izdelkov, če so standardnih dimenzij in naši redni izdelki. Če pa na zalogi ni dovolj izdelkov ali v primeru, da gre za izdelavo modificiranih izdelkov ali lastnih izdelkov kupca, preverimo zaloge materialov. Kupcu z **izdelavo predračuna ali potrditve naročila** sporočimo tudi **datum** možne **odpreme**.

Ruski kupec naroča večino izdelkov iz naše redne proizvodnje, del naročila so redni izdelki s prirejeno dimenzijo za ruski trg, del naročila pa izdelki, narejeni po njegovih željah, izdelki, ki jih v naši redni proizvodnji ni.

Kadar odpremljamo večja naročila, predvsem v tujino, moramo kupcu vedno sporočiti tudi **izračun volumna**. Volumen izračunamo oziroma predvidimo na podlagi izkušenj skladiščnih delavcev ali predhodnih enakih naročil, kjer kupci naročajo vedno iste izdelke. To zna biti včasih kar dolgotrajno, ker si vsak ne upa prevzeti odgovornosti o oceni volumna. Upoštevati moramo, ali se blago pakira v vreče ali v kartone.

Pakiranje v vreče:

Pri pakiranju v vreče lažje podamo oceno, tu tovorki niso fiksnih dimenzij, nasprotno, so dokaj različni, zato vedno ostaja manjši odstotek rezerve, ker tovornjak lahko polnimo do stropa in vreče lahko narahlo stisnemo že zaradi stabilnosti tovora. Ocena se poda na podlagi skladiščnih vozov, en voz predstavlja 3,5 m^{3,2}. Število vozov, ki bi jih napolnili z danim naročilom, pomnožimo s kubiki, ki jih predstavlja en voz.

Pakiranje v kartone:

En karton dimenzije 1170 x 800 x 700 mm predstavlja 0,65 m³. Pri pakiranju v kartone glede na voluminoznost izdelkov karton dodobra napolnimo z izdelki, kolikor se da najbolj, ampak toliko, da lahko karton še zapremo in da ne poškodujemo izdelkov.

² Kubični meter (oznaka m³) je izpeljana enota mednarodnega sistema enot za prostornino. En kubični meter je prostornina kocke z robom en meter.

Kartonov na tovornjaku ne moremo potlačiti ali stisniti glede na nakladalne dimenzije kesona, kljub preračunanem sistematičnem zlaganju vedno ostane določen odstotek neizkoriščenega prostora.

Kartone se na tovornjak nalaga na dva načina.

- Kartoni brez palet: Tu je običajno prazen prostor zgoraj, kjer lahko ostane cca 20–30 cm praznine, odvisno od višine tovornjaka, kamor ne moremo naložiti ničesar, ker je ta prostor predviden za paleto, če so kartoni pakirani na paleto. Ostane tudi prazen prostor zadaj, ko zaključimo sistematično nakladanje kartonov. En karton dimenzije 1170 x 80 x 70 cm tu predstavlja cca 0,80 m³.
- Kartoni na paletah: Tu kartone zložimo na palete in jih ne moremo več obračati in prilagajati obliki tovornjaka; s tem pa ostane še več neizkoriščenega prostora. En karton dimenzije 1170 x 800 x 700 mm tu predstavlja že več kot 1 m³.

Stranki damo oceno volumna, ki ga predstavlja naročilo, in jo opozorimo še na dodatek za neizkoriščen prostor. Kadar pa stranka dobavlja blago prek zbirnikov, podamo samo število kartonov, dimenzijo in težo.

Ko kupcu podamo oceno, koliko zanaša naročilo volumensko, se lahko odloči, ali bo še dodatno povečal naročilo, če volumensko naročilo ne presega kubature vozila, ali pa zmanjšal in priredil količine glede na velikost transportnega vozila.

4.3 PRIPRAVA NAROČILA

Naročilo je oddano v skladišče za pripravo in pakiranje v transportne enote, natisnjene so deklaracije za izdelke, torej lahko v skladišču gotovih izdelkov začnejo s pripravo naročila. Če so na naročilu naši redni izdelki, se ti lahko vzamejo iz zaloge. Če pa so naročeni izdelki modificirani ali lastni izdelki kupca, se na podlagi naročila izda naloge za proizvodnjo, izdelke se prešije, skroji in izdela ter opremi odvisno od zahteve kupca za njegov trg. Ko je roba spakirana, dana na interni transportni voz in označena s spremnim nalogom, na katerem so zapisane vse faze izdelave, podatki o izdelku, kupcu in podatek, na katero naročilo se proizvod nanaša, sledi predaja materiala v skladišče gotovih izdelkov. Tam izdelke prevzamejo s čitalci in jih locirajo na ustrezno lokacijo. Izdelke se v skladišču locira glede na namen izdelave:

- Izdelke za zalogo se locira na lokacije, namenjene za redni prevzem oziroma uskladiščenje blaga.
- Izdelke, narejene po željah strank (kadar gre za enega do treh kosov izdelkov), lociramo na za to določene lokacije za individualna naročila kupcev.
- Izdelki, narejeni direktno za stranko (kadar gre za večje količine izdelkov). Izdelki B-grupe na zalogi so manjše količine izdelkov, izdelki C-grupe so specialni izdelki. Locira se jih na lokacijo za pakiranje v transportne enote.

Priprava izdelkov za naročilo:

Na vsakem naročilu je črna koda naročila in izpis lokacij, na katerih so izdelki.

Črna koda se odčita in čitalec iz baze podatkov avtomatsko odpre naročilo za pripravo. Izdelke pripravljamo s polic, jih po potrebi dodatno deklariramo, odčitamo s čitalcem in zlagamo na voz. V primeru napake in če odčitamo napačen izdelek, ki ga ni na naročilu, nas čitalec opozori. Ne opozarja pa pri vnosu prevelike količine izdelkov. Pripravljen voz z izdelki zapeljemo do pakirnega prostora ali pa izdelke takoj spakiramo v vreče. Vsega pakiranja ne moremo opravljati na mestu, ker so naši izdelki izredno voluminozni, zato po pripravljenem naročilu razvrstimo vozove glede na način pakiranja.

Pakiranje in označevanje

- Za dnevni razvoz pakiramo sproti v močnejše vreče, navadno pakirata v paru dva delavca ali kar vsak sam. Na vrečo se napiše številko naročila, ime, kupca in kraj dostave. Na naročilo pa napišemo, koliko kolijev je iz tega naročila pripravljenih za odpremo.



Slika 7: Pripravljeno naročilo za domačega kupca
(Vir: Lasten)

- Večja naročila, pri katerih je dogovor pakiranja v vreče, kot dobri gospodarji kombiniramo s kartoni, kadar je to potrebno. Predvsem kadar je naročena večja količina dekorative, tj. prevleke za odeje, prevleke za vzglavnike, rjuhe, brisače. Izdelki so namreč občutljivi na udarce in bi pri transportu lahko pokvaril videz izdelka. Delavec pakira dekorativo in sproti piše specifikacijo. Ker je dekorativa po volumnu manjšega obsega, jo lahko delavec pakira sam. Na kartone piše ime kupca, namesto zaporednih števil pa piše

zaporedne črke abecede, da se kartoni na koncu ne podvojijo v kateri od števil, ker istočasno na drugem koncu poteka pakiranje izdelkov v vreče. Ko je celotno naročilo pripravljeno, se kartone s črkami preštevilči še s številkami. Če je na primer na vreči zadnja zaporedna številka N^o = 11, nadaljujemo na kartonu N^o = A 12.



*Slika 8: Pripravljeno naročilo za tujega kupca
(Vir: Lasten)*

- Pri naročilih, ki bodo poslana po pošti, dostavimo voz s pripravljenimi izdelki iz naročila do pakirnega stroja, voz označimo s številko naročila in obešanko »pošta«. Delavec naredi pakete, primerne za poštno pošiljko. Tak paket ne sme presegati obsega 3 m, to je karton 60 x 80 x 50 cm (vsota krajših stranic krat dva in daljšo prištejemo). Delavec paket označi takoj, nanj prilepi poštno naročilnico ali pa nanj nalepi list s polnim naslovom prejemnika in pošiljatelja.

<p>Dostaviti / Delivery to:</p> <p>CROSSPORT Co., Ltd. 307, 5-3-7, Okubo, Shinjuku-ku Tokyo 196-0075 Japan</p> <p>Pošiljatelj / Send from: Odeja d.o.o. Kidričeva 80 4220 Škofja Loka Slovenija</p> <p>FedEx </p>

*Slika 9: Predloga za označevanje poštnih paketov
(Vir: Lasten)*

- Kadar pripravimo naročilo za pakiranje v kartone, voz označimo z imenom kupca, številko naročila, zaporedno številko pripravljenega voza in način pakiranja – »kartoni«. Tako delavec na pakirnem stroju ve, kako pakirati in ali je zapakiral vse pripravljene vozove ali ne.

Velikost pakirnih kartonov prilagajamo glede na transport in volumen izdelkov.

Za Rusijo za pakiranje uporabljamo evrokartone dimenzije 1170 x 800 x 700 mm, kamor pakiramo bolj voluminozne izdelke. Za dekorativo, ki je po volumnu manjša, drugače pa relativno težka, uporabimo kartone dimenzije 570 x 400 x 350 mm, katerih osem kartonov predstavlja volumen oziroma dimenzijo evrokartona. Kartone zložimo na paletu za tri evrokartone višine na paletnem mestu. Palete morajo imeti oznako EPAL, se pravi morajo biti termično obdelane, drugače Rusija pošiljke ne prevzame oziroma ne sme prestopiti meje.

Ko delavec označi voz »kartoni« za pakiranje, prične pakirati v karton primerne dimenzije za določeno stranko in ročno vpisuje izdelke na vnaprej pripravljen list za popis naročila – specifikacijo. Predloga, na katero se piše specifikacija, je za vse stranke enaka.

Na specifikaciji mora biti napisano:

- kupec, za katerega pripravljamo naročilo,
- številka naročila, ki jo je zabeležil naš program, obenem tudi številka naročila s kupčeve strani,
- zaporedna številka kolija,
- zaporedna številka strani specifikacije,
- naziv izdelka,
- dimenzija izdelka,
- nalog, ki je bil izdan za izdelavo izdelka (ta postavka se včasih zamenja in se pod rubriko vpisuje šifra izdelka, po kateri vodi izdelek naš kupec),
- šifra izdelka,
- število kosov posameznega proizvoda v paketu,
- bruto teža,
- neto teža.

Odeja d.o.o, Kidričeva 80, 4220 Škofja Loka		Specifikacija / Specification							
Kupec/ Buyer		Naročilo / Order			Opombe / Notes	List št: / Page nr.			
Kolli Nr. .	Product	Dimension	Production order	Code Odeja	Number of pcs. of each product	Bruto kg	Netto kg		
Paket št.	Proizvod	Dimenzija	Nalog	Šifra	Št. kos. posameznega proizvoda	Bruto kg	Neto kg		

Slika 10: Predloga za specifikacijo
(Vir: Lasten)

Označevanje kartonov in izdelava specifikacije je odvisna od zahteve kupca ter od velikosti naročila. Pri manjših naročilih specifikacijo, ki jo je v logistiko oddal pakirni delavec, samo ročno dopolnimo oziroma naredimo totale. Na primer: seštejemo kose, težo, dopišemo kupčeve šifre izdelka, številko kupčevega naročila. Specifikacijo poskeniramo in jo pošljemo kupcu hkrati z računom.

Označevanje kartonov pa je zelo različno. Nekateri nimajo nobenih zahtev, zato karton označimo samo z obveznimi deli, kot je zaporedna številka oziroma numera kartona in dostavni naslov. Možnosti zahtev pa so naslednje:

- naslov kupca in dostavni naslov za pošiljko,
- naslov pošiljatelja,
- specifikacija izdelkov v kartonu – kataloška številka izdelka, naša šifra izdelka, šifra izdelka pri kupcu, naziv izdelka,
- številka kupčevega naročila, ki ga pošiljamo,
- dimenzije kartona,
- zaporedni karton od skupno poslanih kartonov,
- bruto teža, neto teža kartona.

Za Hrvaško specifikacije samo skeniramo in pošljemo. Tu namreč v večini primerov potrebujejo specifikacijo predvsem zaradi razporeditve robe po poslovalnicah. Paketi za posamezne poslovalnice se naredijo že v našem skladišču. Na vreče se napiše zaporedna številka kolija in naslov poslovalnice.

Delavec spakirani karton označi ročno, tako da nanj napiše številko kolija, ime kupca in bruto težo. Označene kartone nato naložijo na posebne sestavljive vozove, ki se zlagajo v višino, in tako pripravljeni kartoni čakajo za naklado na kamion ali

kontejner. Ko je pripravljeno celotno naročilo in oddana specifikacija v logistiko, tam pripravijo liste za na kartone.

Za Rusijo vnaprej pripravimo po dva enaka samolepilna lista, na katerih sta osnovni naziv kupca in zaporedna številka palete, da jih delavec sproti lepi na nasprotni stranici spakiranih kartonov. Paletna mesta se oblikuje sproti. Med seboj se po teži primerja tri spakirane kartone in najtežjega se naloži na paleto prvega, da se kasneje pri transportu zgornja kartona ne pogrezata na spodnjega.

Spisane specifikacijske liste delavec sproti oddaja v logistiko, vse podatke iz ročno spisane specifikacije vnašamo v računalniški sistem – Excelovo tabelo. Pripravlja se specifikacija izdelkov z nazivi v angleškem jeziku. Ta kasneje spremlja dokumente. S pomočjo filtrov orodij, ki jih nudi program Excel, pa iz specifikacije oblikujemo liste za na kartone.

Odeja d.o.o.								
Kidričeva 80								
4220 Škofja Loka								
Slovenia								
PACKING LIST SPECIFICATION, Buyer: M-OST d.o.o								
For invoice no.:								
Koli Nr.	Product	Dimension	Odeja code	Number of Pcs for each product	Number of Pcs in a box-TOTAL	Btto kg	Netto kg	Pallet Nr.:
1	Cirrusfil Medium quilt	200x140	17748	15	15	37	33	1
2	Merinofil Medium quilt	200x140	17799	15	15	36	32	1
3	Merinofil Medium quilt	200x140	17799	5				1
	Micro Dramfil Light quilt	220x200	17794	10	15	35	31	1
4	Micro Dramfil Light quilt	200x140	17791	10				2
	Bamboo Light quilt	200x140	18109	20	30	56	52	2
5	Bamboo Light quilt	200x140	18109	20				2
	Merinofil Extra quilt	200x140	17815	5	25	56	52	2
6	Merinofil Extra quilt	200x140	17815	5				2
	Bamboo Light quilt	220x200	18116	10	15	47	43	2
7	Bamboo Light quilt	220x200	18116	10				3
	Natur Double Comfort uppermattress	200x140	17692	7	17	60	56	3
8	Natur Double Comfort uppermattress	200x140	17692	3				3
	Natur Double Comfort uppermattress	200x90	17691	10				3
	Merinofil Soft pillow	50x70	17766	5	18	46	42	3
9	Merinofil Soft pillow	50x70	17766	15				3
	Eva Extra Soft pillow	50x70	21440	2				3
	Adam Soft pillow	50x70	21441	2				3
	Dreamfil Extra Soft pillow	50x70	17781	5	24	31	27	3
10	Dreamfil Extra Soft pillow	50x70	17781	15				4
	Natur Medium quilt	200x140	18939	10	25	33	29	4
11	Natur Medium quilt	200x140	18939	25	25	43	39	4
12	Natur Medium quilt	200x140	18939	15				4
	Hygienic soft pillow	50x70	18204	10	25	33	29	4

Slika 11: Specifikacija v tabeli programa Excel
(Vir: Lasten)

Buyer: OOO »REGATA« 121059, Moscow, Berežkovskaja nab., dom 8 Russia					Sender: Odeja d.o.o. Kidriceva 80 4220 Škofja Loka Slovenia			
Delivery address: Moscow, Ul. Birusinka 6, kor. 30, Russia								
Kolli Nr.	Product	Dimension	Odeja code	Number of Pcs for each produc	Number of Pcs in a box- TOTAL	Btto k	Netto k	Pallet Nr.:
9	Merinofil Soft pillow	50x70	17766	15				
9	Eva Extra Soft pillow	50x70	21440	2				
9	Adam Soft pillow	50x70	21441	2				
9	Dreamfil Extra Soft pillow	50x70	17781	5	24	31	27	3

Slika 12: List za karton v tabeli programa Excel
(Vir: Lasten)

Liste za kartone, na katerih je naslov kupca, naslov dostave, pošiljatelj, vsebina kartona, teža in številka palete, na kateri je karton, oddamo v skladišče gotovih izdelkov, da jih nalepijo na kartone. Delavec še ovije kartone z zaščitno folijo, ki preprečuje poškodbe pri nalaganju in razlaganju palet. Tako pripravljene tovorki čakajo na odpremo.



Slika 13: Priprava kartonov za odpremo
(Vir: Lasten)

Dokumenti, ki se izdelajo ob odpremi pošiljke:

- dobavnica je dokument, s katerim se razbremeni skladišče in izdela račun;
- pri računu moramo biti pozorni, da je na njem šifra kupca, ID št. za DDV kupca, če je kupec davčni zavezanec, pariteta, registrska številka kamiona, številka tekočega računa za plačilo, skupno število kolijev, skupno število kosov, bruto teža, neto teža in obvezna razporeditev izdelkov po carinskih tarifah (dajatve, carinske stopnje za posamezno blago, kombinacija nomenklature in dajatev, ki se plačajo za vsako vrsto blaga);
- specifikacija blaga za pošiljko;
- CMR – mednarodni tovorni list mora biti lastnoročno podpisan in ožigosan. Za pravilno izpolnitev je odgovoren prevoznik oziroma šofer.

Prilava blaga za transport

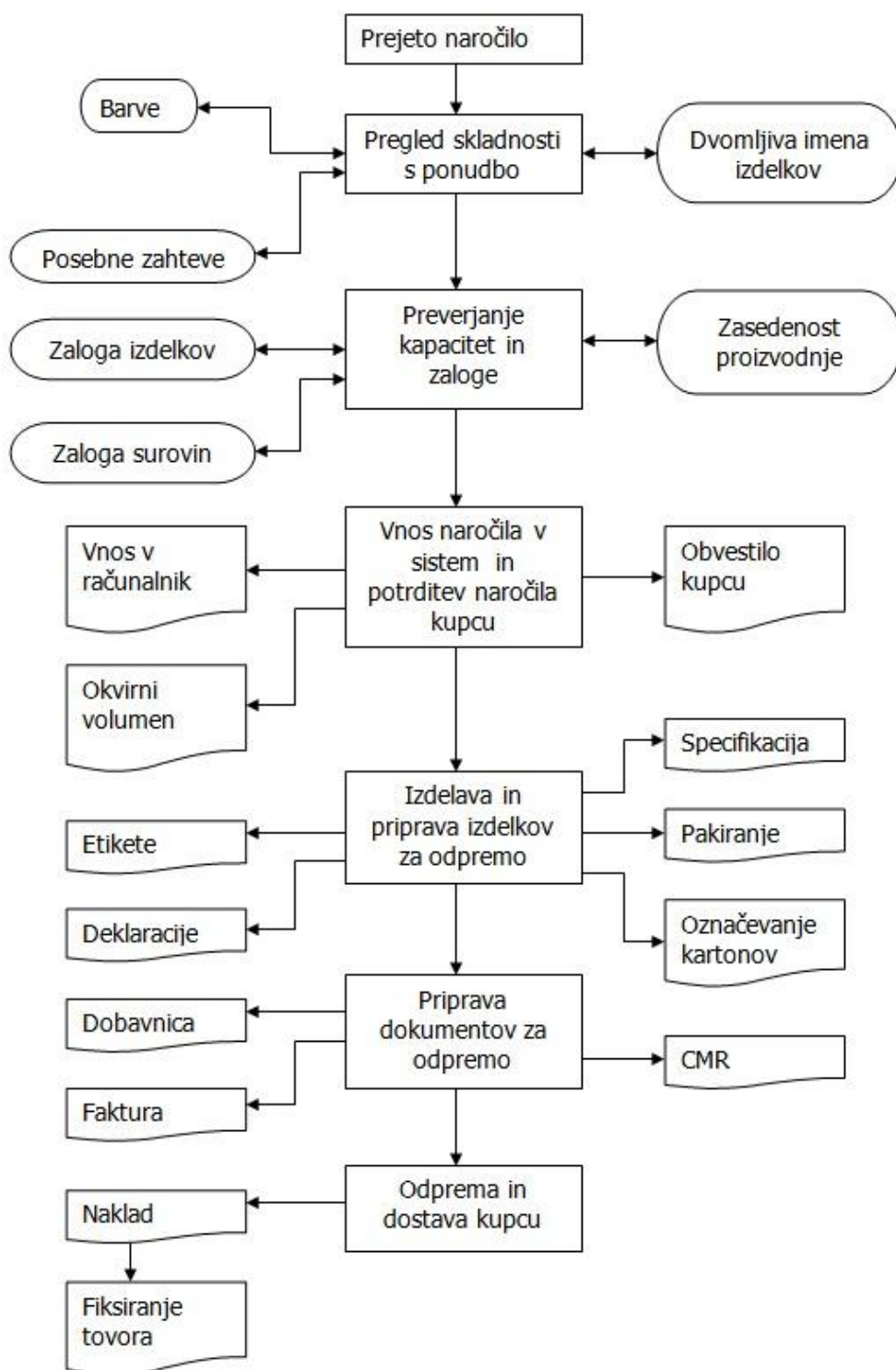


Tabela 2: Pregled priprave blaga za odpremo
(Vir: Lasten)

5 ŽELENO STANJE

Kot vsako podjetje želi tudi naše uresničevati svojo poslovno vizijo s tem, da išče rešitve v novih tehnologijah, programih ali pa v enostavnih spontanah situacijah, tako da skušamo vse skupaj povezati v kakovosten in boljši servis za kupce.

5.1 NAROČILA

V podjetju imamo vse cenike, ki jih pošiljamo strankam za naročila, napisane v programu Excel z našo šifro izdelka, črtno kodo, nazivom in dimenzijo izdelka in seveda ceno, poleg nazivov je za lažjo predstavbo priložena še fotografija izdelka. Poslani cenik stranki hkrati služi kot predloga za naročilo. Kot pa že omenjeno, prihajajo v podjetje naročila v zelo različnih oblikah:

- ❖ Eni pošljejo naročilo napisano kot v besedilu, vse se drži skupaj, ni začetka in konca. Taka naročila je težko razbrati in vnašanje v sistem nam vzame veliko časa in prinaša negotovost. V tem primeru od kupca zahtevamo dodatno potrditev, v nasprotnem primeru lahko pride do velikih nespornostov. S tem pa, ko se čaka na dodatno potrditev naročila, močno podaljšujemo čas od izvora do ponora.
- ❖ Drugi že napišejo vsak naročeni izdelek v svoji vrsti ali oblikujejo tabelo. Če so na takih naročilih imena izdelkov nedoumljiva, dimenzije, barve in naročeno število jasno označeno, tako naročilo ne predstavlja večje težave pri vnosu.
- ❖ Naročila, spisana na naši predlogi ali pa oblikovana predloga s strani stranke kot njen standardni način poslovanja, na katerih so napisane naše šifre izdelkov, pripadajoče dimenzije in naročeno število kosov, poleg tega pa še cene za posamezni izdelek in končno že izračun za celotno naročilo. Taka naročila so najpopolnejša in najlažja za vnos.

Naša želja je doseči kakovosten in hiter vnos naročil. S prihodom naročila želimo dobiti podatke:

- nedoumljivost naročenih izdelkov,
- točen dostavni naslov,
- pogoji poslovanja (odobrene akcije),
- označevanje in pakiranje izdelkov.

Prepričati želimo stranke, da nam pošiljajo naročila, napisana na naših predlogah. Kupcem želimo podajati čim hitrejše povratne informacije o stanju naročila (zaloge, volumen in možni datum dobave) in ne konstantnega preverjanja pravilnosti naročenih izdelkov.

5.2 VOLUMEN

Iz trenutnega načina izračuna volumna, ki se nanaša na empirično pridobljene izkušnje in podatke, bi radi prešli na sistemsko izračunavanje volumna. Naš cilj je omogočiti avtomatsko izračunavanje volumna in teže ob vnosu naročila v informacijski sistem.

Postavljeni smo bili pred izziv, kako sploh začeti z izračunavanjem volumna. Izračun moramo pripraviti za pakiranje v vreče in pakiranje v kartone. V primeru pakiranja v kartone se postavlja še dodatno vprašanje tipa kartona.

Prišli smo do ugotovitve, da nam pakiranje v vreče ne predstavlja zadostne rešitve situacije. Pošiljk, kjer je zahtevano tako pakiranje, je vedno manj.

Zaključili smo, da bi bilo najbolj smiselno v sistem vnesti izračun volumna za pakiranje v evrokartone. Ta karton je na trgu standardiziran, poleg tega je to pakirna enota za paletu. Glede na raznolikost lastnosti naših izdelkov bi lahko vključili še manjši karton za pakiranje posteljnine. Osem kosov teh kartonov predstavlja en evrokarton.

Problemi izračuna:

- ❖ Izdelki nepravilnih oblik, otroškega programa in medicinski pripomočki, kot so npr. kolobarji, igralne podloge, večnamenske blazine, opore za roke ... Predstavljajo izziv za izračun volumna, ker spakirani puščajo še veliko praznega prostora.
- ❖ Izdelki, narejeni posebej za stranko, zasedajo večji volumen, saj prihajajo ti izdelki neposredno iz proizvodnje in še niso bili uskladiščeni oziroma zloženi na polico, pri čemer se jim volumen do določene mere zmanjša.
- ❖ Računanje volumna iz dimenzije vrečke je slaba rešitev, saj je embalaža enkrat bolj polna, drugič bolj prazna.
- ❖ Pakiranje dekorative je potrebno v manjše kartone. Če bi spakirali poln evrokarton dekorative, ta ne bi zdržal teže.
- ❖ Polnilo za odeje, vzglavnike in nadvložke je predvidoma vedno enake teže, spreminja pa se volumen na kvadratni meter. To pomeni, da je lahko odeja pri enaki teži izdelka malo tanjša ali malo debelejša in s tem različnega volumna.
- ❖ Pri izdelkih je dovoljeno volumensko plus minus 5-odstotno odstopanje. To velja predvsem za odeje, nadvložke in vzglavnike. Lastnost teh izdelkov je, da so pravilnih oblik, vendar se jih pri pakiranju lahko malo bolj ali malo manj stisne glede na debelino in dimenzijo.



Slika 14: Raznolikost izdelkov
(Vir: Interna dokumentacija podjetja Odeja)

5.3 OZNAČEVANJE

Naša želja je, da bi prišli do situacije, ko bi specifikacija pošiljke nastala elektronsko istočasno s pakiranjem, brez ročnega pisanja, in bi se v primerni obliki tudi izpisala za lepljenje na transportne enote. Seveda so te rešitve na trgu na voljo. Težava pa je investicija v tako dopolnitev ali zamenjavo sistema. Zato iščemo rešitev, ki bi jo lahko z manjšimi korekcijami pripravili iz našega obstoječega poslovno-informacijskega sistema.

Zdaj poteka izdelava specifikacije ročno. Delavec na predhodno pripravljeno predlogo specifikacije najprej vpiše kupca in številko naročila in zaporedno številko specifikacijskega lista. Pod zaporedno številko vpiše izdelek, naziv, dimenzijo, šifro, število spakiranih izdelkov in težo kartona. Če kupec zahteva, da se pakira na palete, delavec označi še paletna mesta. Napisane liste sproti oddaja v logistiko, kjer jih vnesejo v informacijski sistem. Prepis specifikacije se izdeluje v programu Excel. Običajno se specifikacija izdeluje v angleškem jeziku, hkrati pa se izračunava tudi neto teža, tako da pri transportni enoti odštejemo težo embalaže.

Po končanem prepisu podatkov se preveri pravilnost vnosa, nato sledi izdelava listov za kartone. Na novem listu si pripravimo potrebne podatke za označbo kartona (kupec, prodajalec, dostavni naslov, dimenzijo kartona ...). Podatke iz izdelane specifikacije skopiramo na novonastali list. S pomočjo funkcij (filtri, spajanje celic ...), ki jih nudi informacijski sistem, izdelujemo liste za posamezni karton.

Buyer: OOO »REGATA« 121 059, Moscow, Berezkovskaja nab., dom 8 Russia				Sender: Odeja d.o.o. Kidriceva 80 4220 Škofja Loka Slovenia				
Delivery address: Moscow, Ul. Birusinka 6, kor. 30, Russia								
Kolli Nr.	Product	Dimension	Odeja code	Number of Pcs for each product	Number of Pcs in a box-TOTAL	Btto kg	Netto kg	Pallet Nr.:
9	Merinofil Soft pillow	50x70	17766	15				
9	Eva Extra Soft pillow	50x70	21440	2				
9	Adam Soft pillow	50x70	21441	2				
9	Dreamfil Extra Soft pillow	50x70	17781	5	24	31	27	3

Slika 15: Primer izdelane nalepke za karton

(Vir: Lasten)

Ko so spakirani vsi izdelki oziroma je specifikacija dokončno izdelana, se popisane podatke preveri. Specifikacijo se preverja z Excelovim programom vrtilne tabele, kjer na podlagi dobljenih podatkov preverimo izdelke iz naročila. Preverja se pravilnost izdelkov, da se ni pomotoma spakiralo ali samo napisalo napačen naziv ali dimenzijo in količine naročenih izdelkov.

6 PRENOVA

6.1 NAROČILO

Največji izziv nam predstavlja, kako doseči pravo odzivnost in upoštevanje pravil pri kupcih. Stare navade telefonskega in opisnega naročanja so zelo zakoreninjene med starejšimi zvestimi kupci. Tudi povezava in poznavanje informacijskega sistema sta ponekod pomanjkljiva. Potrudimo se lahko, da jim razložimo, da če bo naročilo poslano v pravilni obliki oziroma jasno napisano, bo datum možne odpreme hitrejši.

Predlagala bi enostavnejšo tabelo, ki bi morala vsebovati: vpis za šifro izdelka, naziv izdelka/barvo, dimenzijo, naročeno količino in želeno poslovalnico ali opombe.

Tabela bi vsebovala naš celotni prodajni program in samo elemente, ki so potrebni za kakovosten vnos naročila in hkrati enostavno naročanje s strani kupca.

ODEJE				
ŠIFRA	NAZIV	DIMENZIJA	KOS	POSOVALNICA
017718	Dramfil double odeja	200x140		
017719	Dramfil double odeja	220x140		
017720	Dramfil double odeja	200x160		
017721	Dramfil double odeja	200x200		
017722	Dramfil double odeja	220x200		
017723	Dramfil double odeja	200x260		
NADVLOŽKI				
ŠIFRA	NAZIV	DIMENZIJA	KOS	POSOVALNICA
018951	Classic comfort nadvložek	200x90		
018952	Classic comfort nadvložek	200x100		
018953	Classic comfort nadvložek	200x120		
018954	Classic comfort nadvložek	200x140		
018955	Classic comfort nadvložek	200x160		
ZGLAVNIKI				
ŠIFRA	NAZIV	DIMENZIJA	KOS	POSOVALNICA
018203	Hygienic Soft zglavnik	60x80		
018204	Hygienic Soft zglavnik	50x70		
018187	Relax Soft zglavnik	60x80		
018188	Relax Soft zglavnik	50x70		
018189	Relax Soft zglavnik	40x60		
018190	Relax Soft zglavnik	40x50		
DEKORATIVA				
ŠIFRA	NAZIV	DIMENZIJA	KOS	POSOVALNICA
021082	Mina Extra rjuha - bela	200x180		
027875	Hera Extra rjuha - 1 krem	200x160		
OTROŠKI PROGRAM				
ŠIFRA	NAZIV	DIMENZIJA	KOS	POSOVALNICA
...		
...		
...		
...		

Tabela 3: Predloga za naročilo
(Vir: Lasten)

Kupcu bi lahko glede na pogoje poslovanja tabelo tudi priredili. V tabeli bi odstranili izdelke oziroma prodajni program, ki jih ne želi naročiti, ali pa bi dodali njemu lastne izdelke. Kupec bi v tabelo vpisoval samo naročene količine. Bistvo naročila je, da ga

od kupca pridobimo v Excelovi tabeli, na kateri so šifra, naziv, dimenzija izdelka in naročena količina.

Podoben sistem vnašanja že imamo preizkušen pri eni naših konsignacijskih prodajaln (partnerji prodajajo naše izdelke, a jih plačajo, šele ko so prodani), kjer po končanem mesecu partner pošlje seznam prodanih izdelkov po poslovalnicah v obliki pdf in v Excelovi tabeli z vsemi podatki. V Excelovi tabeli imamo možnost urejanja dokumenta v obliko, ki jo sprejme naš informacijski sistem Vasco. Pripravljene podatke shranimo v mapo, iz katere jih kasneje, ko odpremo nov dokument, uvozimo.

V primeru vnosa naročila bi bil sistem spajanja dokumentov popolnoma enak, le da bi v informacijskem sistemu Vasco odprli dokument naročila. Kot je že zgoraj opisano, v programu Vasco odpremo novo naročilo, vnesemo kupca in izberemo poslovalnico oziroma dostavni naslov. Potem pa z ukazom spajanja iz dokumentov predlaganega nabora izberemo želeno predlogo (iz Excela, iz predračuna z dobavnice ...).

Največja pridobitev bi bila pri obširnejših, večjih naročilih, saj bi se tu močno skrajšal čas vnosa in zmanjšala dvoumnost glede imen izdelkov in barv.

6.2 VOLUMEN

Na podlagi predhodnega ukvarjanja sodelavcev s tem problemom smo iskali rešitev izračuna. Odločili smo se, da bomo volumen posameznega izdelka izračunali iz potrebnega volumna v določenem standardnem pakiranju (evrokartonu). Glede na naravo naših izdelkov je bilo treba vsako posamezno vrsto in dimenzijo izdelka zložiti v karton in zapisati količino, ki jo je možno zapakirati v en karton. Pri pakiranju smo morali paziti, da kartoni ne bi bili prepolni. Če je karton prepoln, namreč povečamo volumen samega prostora, ki ga zasede na kamionu, in onemogočimo izkoristek volumna transportnega sredstva.

Ob realni ugotovitvi, koliko kosov lahko spakiramo v karton, smo nadaljevali:

Izračun volumna enega izdelka:

- Evrokarton dimenzije 1170 x 800 x 700 cm predstavlja $0,6552 \text{ m}^3$.
- Kolikor izdelkov zložimo v karton, delimo z volumnom. Na primer: $0,6552 : 30 \text{ kos v karton} = 0,0218 \text{ m}^3$. Tako dobimo volumen, ki ga predstavlja en izdelek.

Izračun volumna izdelkov za naročilo:

- Število izdelkov, ki je na naročilu, pomnožimo z izračunanim volumnom izdelka. Na primer: $15 \text{ kos} * 0,0218 = 0,327 \text{ m}^3$. To naredimo za celotno naročilo in s tem dobimo volumen, ki ga predstavljajo izdelki na naročilu. Vedno moramo upravljati najmanj s tremi decimalkami, da je izračun realen.

Čeprav smo izhajali iz pakirne enote evrokartona, je ta izračun čisto sprejemljiv za pakiranje v vreče, saj nam je praksa pokazala, da predstavlja pakiranje v evrokartone ali pakiranje v vreče skoraj enakovredno zasedanje volumna. Ko pakiramo izdelke v karton, jih v njem dodobra stisnemo. Pri natovarjanju pa kartone na kamion samo še sistematično nalagamo. Na tovornjaku ostane volumensko neizkoriščen prostor na zgornjem in zadnjem delu. Pri pakiranju v vreče pa izdelkov v vrečo ne moremo tako stisniti kot v karton. Pridobimo pa pri nalaganju na tovornjak, saj izkoristimo celoten volumen nakladalne površine.

Izračun števila evrokartonov:

- V nadaljevanju izhajamo iz izračuna volumna za naročilo. Volumen, ki ga predstavljajo izdelki, delimo z volumnom evrokartona. Na primer: $69,754\text{m}^3 : 0,6552\text{ m}^3 = 106,462$ evrokartona (rečemo, da bo 107 evrokartonov). Pri izračunu kartonov moramo zaokroževati navzgor, saj $0,250\text{m}^3$ lahko že predstavlja nov karton.

Izračun števila paletnih mest:

- Če hočemo izračun za število paletnih mest, delimo dobljeno število evrokartonov s tri oziroma dve, kolikor kartonov predstavlja paletno mesto. Trije kartoni standardno zasedajo eno paletno mesto. Na primer: $107\text{ kartonov} : 3 = 35,6$ paletnega mesta. To je 36 paletnih mest. Tudi če sta na paleti samo en ali dva kartona, je to eno paletno mesto.

Da pa iz omenjenih podatkov dobimo avtomatski izračun volumna pošiljke, moramo v računalniški sistem na posamezno šifro vnesti izračun volumna, ki ga predstavlja en izdelek. Računalniški sistem bo sistemsko, na podlagi volumna posameznega izdelka in števila naročenih izdelkov, izračunal volumen. V nadaljevanju je v sistem treba vnesti še mesto, kjer bomo definirali tip pakiranja (vreče, evrokarton, manjši karton za posteljino). Izračun paletnih mest pa bo še vedno potekal ročno, saj je postavitve števila kartonov na paletno mesto odvisna od zahteve stranke (dva ali trije kartoni na paletu). Če je zahteva za dva kartona na paletu, je lahko računalniška ocena nerealna, ker moramo na kamionu rezervirati paletno mesto ne glede na to, ali so na paleti en, dva ali trije kartoni.

6.3 OZNAČEVANJE

Izdelava specifikacije pakirnih enot poteka ročno. Delavec mora na specifikacijsko predlogo zapisati zaporedno številko kartona, šifro, naziv, dimenzijo izdelka, število kosov v kartonu, bruto težo in številko palete. Obenem označuje na naročilu, koliko izdelkov je že spakiranih. Kar precej natančnega dela glede na to, da bomo še enkrat vse to ponovili in dopolnili tabelo, ko bo napisana specifikacija prispela v logistiko.

Odeja d.o.o., Kidričeva 80, 4220 Škofja Loka		Specifikacija / Specification				Opombe / Notes	List št. / Page nr.
Kupec / Buyer	M-OST-REGATA		Naročilo / Order	S1101047			1.
Količ. Nr.	Product	Dimension	Production order	Code Odeja	Number of pcs. of each product	Bruto kg	Netto kg
Paket št.	Proizvod	Dimenzija	Nalog	Sifra	Št. kos. posameznega proizvoda		
1	№1	CIRCUFIL MEDIUM ODEJA	200x140	17748	15		37
	№2	MEDINOFIL MEDIUM ODEJA	200x140	17789	15		36
2	№3	- -	- -	- -	5		
	№4	MICRO DREAMFIL LIGHT ODEJA	200x200	17784	10		35
	№5	BAMBOO LIGHT ODEJA	200x140	17791	20		56
	№6	MEDINOFIL EXTRA ODEJA	200x140	17815	5		56
3	№7	BAMBOO LIGHT ODEJA	220x200	18116	10	5	47
	№8	NATUR DOUBLE COMF NAVIL.	200x140	17692	7		60
	№9	MEDINOFIL SOFT ZGL.	50x70	17691	15	3	46
4	№10	EVA EXTRA SOFT ZGL.	50x70	21440	2		
	№11	ADAM SOFT ZGL.	50x70	21441	2		
	№12	DREAMFIL EXTRA SOFT ZGL.	50x70	17781	5		31
	№13	NATUR MEDIUM ODEJA	200x140	18939	10	15	33
	№14	- -	- -	- -	25		43

Slika 16: Ročno izdelana specifikacija
(Vir: Lasten)

Najprej se nam postavi vprašanje, ali bi delavec lahko pakiral po vnaprej pripravljene specifikaciji, ki bi jo pripravili ob vnosu naročila. Specifikacija bi bila pripravljena glede na zaporedno naročene izdelke, torej bi delavec moral pakirati po zaporedju naročila. Ta izvedba bi bila mogoča, če bi imeli vse naročene izdelke vedno na zalogi, naši kupci pa naročajo specifične izdelke in izdelke, ki jih nimamo stalno na zalogi, oziroma izdelke, opredeljene po grupah dobave. Specialne dimenzije in izdelke, izdelane specifično po zahtevah kupca, proizvedemo, šele ko kupec odda in potrdi naročilo.

Da je odprema po potrditvi naročila čimprejšnja in da se pakiranje prične čim prej, je potrebna velika fleksibilnost. Zato se najprej pakira izdelke iz zaloge, nato specifične izdelke, narejene po naročilu kupca. Te izdelujemo glede na razpoložljive proizvodne kapacitete in glede na dobavo materiala.

Prišli smo do zaključka, da najenostavnejšo rešitev še vedno predstavlja ročna izdelava specifikacije. Torej moramo rešitev iskati v tej smeri.

V nadaljevanju iščemo rešitev, kako z ročno izdelavo specifikacije najti vezni člen, ki bi ga zaznal informacijski sistem. Pridemo do rešitve, da bi to lahko bila črtna koda EAN 13, ki je na vseh naših izdelkih (deklaracija) in je obenem zapisana pri vseh izdelkih v našem šifrantu izdelkov.



Slika 17: Deklaracijska nalepka
(Vir: Lasten)

Predlog prenove

Pakirni delavec bi moral imeti svoj računalnik povezan z interno mrežo in dostopom do elektronske pošte in pa pištolo za skeniranje (podobno kot sistem blagajn v prodajalnah).

Na skupni informacijski mreži podjetja, tako imenovani H-mreži, se odpre »**nova mapa**« z nazivom **Pakiranje, specifikacije in opremljanje transportnih enot**. V tej mapi bi imeli za **vsakega kupca svojo mapo** in v njej:

Dokument (Wordov dokument) z ažurnimi podatki za pravilno odpremljanje kupca:

- ❖ pakiranje oziroma dimenzije kartona za odpremo glede na način odpreme,
- ❖ na kaj moramo biti pozorni pri pakiranju: kartoni na EPAL-paletah, kartone ojačiti, poviti s folijo, na paleto samo po 2 kartona, dodatno zaščititi robove kartona ...,
- ❖ kakšno je označevanje transportnih enot: samo dostavni naslov, specifikacija na kartonu, specifikacijo dati na dve nasprotni stranici kartona, dodatno označiti številko palete, posebna kupčeva predloga za transportne enote ...,
- ❖ naslov za odpremo,
- ❖ potrebni dokumenti za odpremo.

Ta mapa bi služila kot pomoč vsem službam, še posebno pa prodaji, logistiki in skladišču. Sčasoma bi jo dopolnjevali s svojimi opažanji, mnenji in problemi pri odpremah, tako bi odpremljanje lahko potekalo vedno bolj utečeno.

Dokument (Excelov dokument) z nazivom in številko naročila, ki se vnese vedno znova ob naročilu:

- ❖ mapa bi vsebovala dva lista,

- ❖ na prvi list v mapi se pripravi predlogo specifikacije. Nanjo se vpiše naziv kupca in številko naročila (izpolni se glavo specifikacije). Podatki, ki jih bo vpisoval pakirni delavec, so: zaporedna številka kartona, črna koda (skenira), število kosov posameznega izdelka v kartonu in bruto teža. Na specifikacijo mora delavec vedno vpisati realno težo spakiranega kartona. Nato od bruto teže odštejemo preračunano težo praznega kartona.

A	B	C	D	E	F	G	H	I
Odeja d.o.o., Kidričeva 80, 4220 Škofja Loka			Specifikacija / Specification					
Kupec/ Buyer: Vpiše logistika			Naročilo / Order: Vpiše logistika			Opombe /Notes		
Kolli Nr.	Barcode	Product	Dimension	Code Odeja	Number of pcs. of each product	Bruto kg	Netto kg	Pallet nr:
Paket št.	črna koda	Proizvod	Dimenzija	Šifra	Št. kos. posameznega proizvoda	Bruto kg	Neto kg	Št. palete
delavec ročno vpiše zaporedno številko kartona	s scan pištolo odčita črtno kodo	izpiše vlookup funkcija	izpiše vlookup funkcija	izpiše vlookup funkcija	delavec ročno vpiše število kosov	delavec ročno vpiše stehani karton	preračuna logistika	delavec ročno vpiše št. palete

Slika 18: Izpolnjevanje specifikacije
(Vir: Lasten)

- ❖ Na drugi list v Excelovem dokumentu pripravimo šifrant izdelkov, ki jih vsebuje naročilo. Šifrant bomo prenesli s pomočjo ukaza, ki ga omogoča program Vasko. Po stolpcih: črna koda, naziv izdelka, dimenzija, interna šifra izdelka.

A	B	C	D	E
ČRNTNA KODA	NAZIV_ARTIKLA	DIMENZIJA	ŠIFRA	KOLICINA
3838921464679	Merinofil Extra quilt	220x200	017818	5
3838921357678	Merinofil Extra quilt	200x140	017815	10
3838921250677	Merinofil Medium quilt	220x200	017802	20
3838921143676	Merinofil Medium quilt	200x140	017799	20
3838921036675	Micro Dreamfil Light quilt	220x200	017794	10
3838920822673	Dreamfil Extra Soft pillow	50x70	017781	20
3838920715672	Cirrusfil Soft pillow	70x70	017778	30
3838920608671	Cirrusfil Soft pillow	50x70	017777	80
3838920501670	Merinofil Soft pillow	70x70	017767	10
3838920394669	Merinofil Soft pillow	50x70	017766	20
3838920287668	Cirrusfil Medium quilt	220x200	017751	10
3838920180667	Cirrusfil Medium quilt	200x140	17748	15
3838920104179	Micro Dreamfil Light quilt	200x140	017791	10
3838920073666	Cirrusfil Light quilt	200x140	017740	60
3838919966665	Camelfil Extra quilt	220x200	017716	15
3838919859664	Camelfil Extra quilt	200x140	017712	25
3838919752663	Natur Double Comfort uppermattress	200x180	017694	10
3838919645662	Natur Double Comfort uppermattress	200x160	017693	15
3838919431660	Natur Double Comfort uppermattress	200x90	017691	10
3838919324659	Outlast MED.LUX pillow	50x70	012332	50
3838919217658	Orion LUX quilt	220x200	012322	10
3838919110657	Outlast MEDICO LUX quilt	220x200	012319	10
3838919103103	Natur Double Comfort uppermattress	200x140	017692	10
3838919003656	Lepena BIO bomb.quilt	220x200	010639	20

Slika 19: Šifrant izdelkov iz naročila; list 2
(Vir: Lasten)

Mapi bosta med seboj povezani s funkcijo VLOOKUP, ki jo nudi informacijski sistem. Delavec se bo postavil na prvi list, vpisal pod stolpec »paket št.« zaporedno številko kartona, se postavil na naslednje polje, pod »črna koda« bo s pištolo za skeniranje odčital črtno kodo EAN13 izdelka. Črna koda bo povezava s funkcijo VLOOKUP, ko bo koda zaznana, se bo na specifikaciji izpisalo še ostalo besedilo. Delavec bo vpisal še število izdelkov v kartonu in bruto težo kartona. In tako bo popisoval izdelke do konca naročila. V primeru, da delavec nima pištole za skeniranje, je lahko povezava funkcije VLOOKUP s šifro izdelka, ki jo delavec v specifikacijo vpiše ročno.

Prednost izdelave te specifikacije je v tem, da bo specifikacija že izdelana v Excelovi tabeli in ustreznem jeziku. Delana bo v mapi na skupni mreži in ne bo potrebno kopiranje ali pošiljanje listov, dostopna bo za pregled stanja naročila in sprotno prenašanje podatkov in izdelavo listov za kartone.

A	B	C	D	E	F	G	H	I
Odeja d.o.o, Kidričeva 80, 4220 Škofja Loka			Specifikacija / Specification					
Kupec/ Buyer: Regata/ M- Ost d.o.o.			Naročilo / Order: 91101074			Opombe /Notes		
Kolli Nr.	Barcode	Product	Dimension	Code Odeja	Number of pcs. of each product	Bruto kg	Netto kg	Pallet nr:
Paket št.	črna koda	Proizvod	Dimenzija	Šifra	Št. kos. posameznega proizvoda	Bruto kg	Neto kg	Št. palete
1	3838920287668	Cirrusfil Medium quilt	220x200	017751	15	37		1
2	3838921143676	Merinofil Medium quilt	200x140	017799	15	36		1
3	3838921143676	Merinofil Medium quilt	200x140	017799	5			
	3838921036675	Micro Dreamfil Light quilt	220x200	017794	10	35		1
4		#N/V	#N/V	#N/V				
		#N/V	#N/V	#N/V				
		#N/V	#N/V	#N/V				
		#N/V	#N/V	#N/V				
		#N/V	#N/V	#N/V				
		#N/V	#N/V	#N/V				
		#N/V	#N/V	#N/V				
		#N/V	#N/V	#N/V				
		#N/V	#N/V	#N/V				

Slika 20: Primer izdelave specifikacije s funkcijo vlookup
(Vir: Lasten)

Specifikacijo, ki jo bo oblikoval pakirni delavec, bomo lahko sproti kopirali v svojo mapo, da bomo lahko istočasno izdelovali specifikacijo, ki spremlja dokumente, in izdelovali liste za kartone. V novo mapo bomo kopirali zato, ker ne moreta istočasno imeti odprte mape dva uporabnika in zaradi funkcije vlookup, da fiksiramo podatke. Nadaljnja izdelava specifikacije in listov za kartone ostane enaka.

7 ZAKLJUČEK

V diplomski nalogi smo predstavili pomen embalaže, njene funkcije in opisali vrste embalaže glede na material. Predstavili smo tudi podjetje Odeja, d. o. o., iz Škofje Loke, njeno ponudbo izdelkov, predstavili značilnosti izdelkov, na katere moramo biti pozorni pri pakiranju in označevanju izdelkov. Navedli smo tudi destinacije naših odprem ter uporabljeno pakiranje in opremljanje pošiljke glede na izbiro transporta in zahteve kupca. V nadaljevanju smo opisali, kako poteka vnos naročil od ponudbe, dogovarjanj do potrditve naročila. Na kaj vse moramo biti pozorni, ko naročilo prejmemo, in s kakšnimi težavami se srečujemo, ko naročilo vnašamo v informacijski sistem. Kako poteka prevzem in razvrščanje prejetih izdelkov v skladišču gotovih izdelkov. Pri pripravi izdelkov iz naročila v transportne enote smo opisali vrste in načine pakiranja ter prikazali različne načine označevanja transportnih enot. Vse to pa smo opisali tudi na konkretnem primeru ruskega kupca.

V diplomski nalogi pa smo si zadali cilj najti nove rešitve in predloge na področju prejetih naročil, izračunu volumna in izdelavi specifikacije in listov za kartone.

V nadaljevanju bomo ovrednotili rezultate, ki smo jih dobili za področje naročil. Kot je v nalogi že omenjeno, je med kupci zelo zakoreninjeno telefonsko naročanje, predvsem med slovenskimi. Kljub temu da pošiljamo kupcem predloge naročanja, ni presenetljivih rezultatov. Je pa odzivnost opazna v tej meri, da telefonsko lažje najdemo skupni jezik, npr. pravilno ime izdelka. Kjer se sistem naročanja uvaja na novo, poteka brez večjih problemov. Kupci so dobili predloge za naročanje in pošiljajo naročila, izpisana na naših predlogah. Kupce, ki že zdaj pošiljajo naročila elektronsko, moramo samo še naprej spodbujati, da naj to storijo na naši predlogi. Zavedamo se, da bo stare navade naročanja težko izkoreniniti in uvesti nove, a sčasoma menimo, da bo to postalo rutina. Največ truda za naročanje v Excelovih tabelah pa moramo še naprej vlagati pri kupcih, ki imajo večja nepregledna naročila. Program za vnos naročil je dobro pripravljen in s pravilno oddanim naročilom bomo prihranili veliko časa.

Na podlagi dobljenih podatkov o volumnu za en izdelek, ki so jih sodelavci sukcesivno pridobivali skozi daljše obdobje. Podatki morajo namreč biti pridobljeni za vse izdelke, ki se pakirajo. Izračun volumna po postopku, ki smo ga predstavili, se je pokazal kot dobro izpeljan. Predhodno smo naredili izračun za odpremo v kartonih in počakali, da bo zapakirana.

Nadalje bo treba ta seznam volumna izdelkov vzdrževati. Za vsak nov izdelek bo treba ponoviti postopek izračuna volumna in ga preveriti.

Pri predlogu za izdelavo specifikacije bo vsekakor čas izdelave specifikacije krajši. Že pri sestavljanju specifikacije v skladišču bo manj ročnega dela. S skeniranjem

izdelka in avtomatskim izpisom besedila bomo olajšali delo v skladišču. Tudi pogled na stanje naročila bo lažji, ne bo treba preverjati po telefonu ali hoditi v skladišče, koliko izdelkov je treba še spakirati. Specifikacija, ki bo dostopna na skupni informacijski mreži, bo že spisana v Excelovem programu in v jeziku, ki smo ga predvideli. Prejeli bomo praktično tako specifikacijo kot prej, ko smo predhodno porabili vsaj eno uro časa. Specifikacijo bomo še uredili in napisali liste za kartone. Menimo, da bo delo potekalo hitreje in vedno bolj usklajeno.

Za zdaj sprotno označevanje vsebine kartonov na mestu ni izpeljano. Obstaja pa možnost systemske avtomatske izdelave listov za na kartone. Ko bo investicija v ta informacijski program in napravo mogoča, bomo imeli pridobljenih že tudi več izkušenj o zahtevah kupcev in trga o označevanju transportnih enot.

LITERATURA IN VIRI

Cegnar, F. (1974). Embalaža – palete: vagoni kontejnerji, tovornjaki. Ljubljana: ČZP Gospodarski vestnik.

Habjančič, D., Ušaj, T. (1998). Osnove trženja. Ljubljana: I & S Aladin.

Kajzetović Knez, D. (2010/11). Logistični sistemi: Interno gradivo za višjo strokovno šolo, program logistično inženirstvo.

Kotler, P. (1998) Marketing management – Trženjsko upravljanje: Analiza, načrtovanje, izvajanje in nadzor. Ljubljana: Slovenska knjiga.

Musil, V., Pregrad, B., Žerjal, B. (1995). Tehnološki sistem in proizvodi Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta Maribor.

Požar, S. (1997). Poznavanje blaga. Ljubljana: Center za tehnološko usposabljanje.

Rihter, A., Knez, M., Marić, D., (2009). Oskrbne verige.

Snoj, B. (1981). Embalaža – sestavina politik izdelkov in komuniciranja v marketingu. Ljubljana: ČGP Delo.

Šfiligoj, Z. (2002). Osnove poznavanja blaga. Ljubljana: DZS.

Vuga, I. (2005). Zagotavljanje kakovostnih logističnih storitev. Maribor: Ekonomska pravna fakulteta.

Interno gradivo. Odeja (2010). Organizacijski predpisi.

Spletne strani:

<http://www.odeja.si>, dostopno 22. 8. 2012.

<http://www.egss.si/media/Timko/embalaza/embalaza.html>, dostopno 20. 4. 2011.

KAZALO SLIK

SLIKA 1: ZAŠČITNI ZNAK PODJETJA	3
SLIKA 2: BLAGOVNA ZNAMKA ODEJA DESIGN	13
SLIKA 3: BLAGOVNA ZNAMKA ODEJA HOME	14
SLIKA 4: BLAGOVNA ZNAMKA ODEJA KIDS	14
SLIKA 5: VRSTE KARTONOV ZA PALETO.	20
SLIKA 6: NAROČILO	23
SLIKA 7: PRIPRAVLJENO NAROČILO ZA DOMAČEGA KUPCA	27
SLIKA 8: PRIPRAVLJENO NAROČILO ZA TUJEGA KUPCA	28
SLIKA 9: PREDLOGA ZA OZNAČEVANJE POŠTNIH PAKETOV	28
SLIKA 10: PREDLOGA ZA SPECIFIKACIJO.....	30
SLIKA 11: SPECIFIKACIJA V EXCELOVI TABELI	31
SLIKA 12: LIST ZA KARTON V EXCELOVI TABELI	32
SLIKA 13: PRIPRAVA KARTONOV ZA ODPREMO.....	32
SLIKA 14: RAZNOLIKOST IZDELKOV.....	37
SLIKA 15: PRIMER IZDELANE NALEPKE ZA KARTON.	38
SLIKA 16: ROČNO IZDELANA SPECIFIKACIJA:	42
SLIKA 17: DEKLARACIJSKA NALEPKA	43
SLIKA 18: IZPOLNJEVANJE SPECIFIKACIJE	44
SLIKA 19: ŠIFRANT IZDELKOV IZ NAROČILA; LIST 2	44
SLIKA 20: PRIMER IZDELAVE SPECIFIKACIJE S FUNKCIJO VLOOKU	45

KAZALO TABEL

TABELA 1: OBSEG PRODAJE PO PODROČJIH.....	18
TABELA 2: PREGLED PRIPRAVE BLAGA ZA ODPREMO	34
TABELA 3: PREDLOGA ZA NAROČILO	39