



B&B  
VIŠJA STROKOVNA ŠOLA

Diplomsko delo višješolskega strokovnega študija  
Program: Ekonomist  
Modul: Tehnični komercialist

**PRENOVA INFORMACIJSKEGA SISTEMA  
NA PRIMERU NABAVE BLAGA V  
MALOPRODAJI**

Mentor: dr. Rok Mencej, univ. dipl. ekon.  
Lektorica: Bojana Samarin, univ. dipl. slov.

Kandidatka: Martina Kejžar

Kranj, maj 2011

## **ZAHVALA**

Zahvaljujem se mentorju g. Roku Mencej za pomoč in podporo.  
Hvala moji družini, ki mi je ves čas študija stala ob strani.

## IZJAVA

»Študentka Martina Kejžar izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom dr. Roka Menceja, univ.dipl. ekon.«

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

Dne \_\_\_\_\_

Podpis: \_\_\_\_\_

## **POVZETEK**

Vedno več podjetij se odloča za prenovu informacijskega sistema. Predvsem velika podjetja vse pogosteje posegajo po integriranih informacijskih sistemih, ki nudijo celovito podporo poslovanju. Tudi podjetje Mercator, d. d., se je odločilo, da poslovanje poenoti in uvede integrirani informacijski sistem G.O.L.D. Informacijski sistem G.O.L.D. je sestavljen iz več modulov. Eden izmed njih je tudi modul G.O.L.D. SHOP, ki ga je podjetje uvedlo v maloprodajne poslovalnice. Z njim podpira procese knjiženja v trgovini, kot so upravljanje z zalogami, izvajanje naročil dobaviteljem, vračila, skratka, nadzor nad blagovnim asortimanom.

**KLJUČNE BESEDE:** ERP sistem, POS, integrirani informacijski sistem, G.O.L.D (ang. global optimisation for logistic and distribution), prenova poslovanja, IT Loka

## **ABSTRACT**

An increasing number of companies opt for the modernization of their information systems. Big companies in particular frequently choose integrated information systems, which offer complete operating support. The company Mercator d.d. decided to also uniform its operations by implementing the information system G.O.L.D. It is consisted of more modules. One of them is the module G.O.L.D. SHOP, which was introduced by company retail trades. It supports the processes of entry in the store such as inventory management, supplier execution of orders, returns, in short, control of the Commodity assortment.

**KEYWORDS:** ERP, POS, integrated information system, operations modernization, G.O.L.D, IT Loka

## KAZALO

1	UVOD.....	1
1.1	Predstavitev problema .....	1
1.2	Predstavitev okolja.....	2
1.3	Cilji in namen diplomskega dela .....	2
1.4	Metode dela.....	2
2	POSLOVNA INFORMATIKA IN KONKURENČNOST PODJETIJ .....	3
2.1	Mesto in vloga informatike v podjetju .....	4
3	CELOVITE INFORMACIJSKE REŠITVE .....	5
3.1	Kaj so ERP rešitve .....	5
3.2	Struktura celovitega informacijskega sistema (ERP) .....	6
3.3	Pomen prenove poslovnih procesov za uspešno uvedbo ERP .....	7
3.4	Izhodišča ter načrt prenove in informatizacije poslovanja .....	8
4	PREDSTAVITEV PODJETJA MERCATOR .....	10
4.1	Zgodovinski razvoj podjetja .....	10
4.2	Vizija, poslanstvo in strateški cilji .....	11
4.3	Lastniška struktura.....	11
4.4	Organizacijska struktura.....	12
5	INFORMACIJSKI SISTEM V MERCATORJU .....	13
5.1	Razlogi za uvedbo novega informacijskega sistema .....	13
5.2	Pričakovane koristi od novega informacijskega sistema .....	14
5.3	Informacijski sistem G.O.L.D. ....	15
5.4	Opis pomembnejših modulov sistema G.O.L.D. ....	15
6	UVEDBA PROGRAMA G.O.L.D. V MALOPRODAJNE POSLOVALNICE .....	17
6.1	Naročanje blaga v maloprodaji .....	18
6.2	Primerjava postopka nabave IT LOKA s programom G.O.L.D. ....	20
6.2.1	Izdelava predloge naročila.....	20
6.2.2	Nastavitev parametrov za avtomatsko naročanje .....	23
6.2.3	Pregled in obdelava naročila .....	24
6.2.4	Podatki o zalogah v naročilu .....	27
6.2.5	Statusi naročil .....	28
6.3	Anketa: Mnenja uporabnikov o programu G.O.L.D. v postopku naročanja	29
7	ZAKLJUČEK.....	36
	LITERATURA IN VIRI .....	37
	KAZALO SLIK.....	39
	KAZALO GRAFOV .....	39
	KAZALO TABEL.....	39
	PRILOGA.....	40

# 1 UVOD

## 1.1 PREDSTAVITEV PROBLEMA

Danes se podjetja ukvarjajo s čedalje hujšo konkurenco. V prihodnosti bodo preživela le podjetja, ki se bodo sposobna prilagoditi in približati potrošniku. Poleg tega bodo morala uporabiti nov pristop k razvoju in uvajanju novih informacijskih sistemov. Informacijska tehnologija namreč odigra zelo pomembno vlogo pri prenovi poslovnih procesov. Izkoriščanje in obvladovanje informacijske tehnologije v današnjih časih prinese veliko konkurenčno prednost in zmanjšanje stroškov poslovanja. Vsako podjetje s svojo rastjo in širitvijo poslovanja prevzema tveganje, da mu obstoječi sistem ne bo nudil zadostne podpore pri njegovem nadaljnjem poslovanju, kajti z rastjo podjetja se veča tudi obseg podatkov. V preteklosti je bilo v ospredju lastno razvijanje, sedaj pa se vse bolj uveljavljajo rešitve ERP (angl. Enterprise Resources Planning; v nadaljevanju bomo uporabljali kratico ERP).

Velikost skupine Mercator, prisotnost v različnih državah z različnimi zakonodajami, pomemben delež prodaje; vse to je narekovalo potrebo po spremembi v načinu vodenja, izvajanja in spremljanja poslovanja. Projekt prenove informacijskega sistema blagovnega poslovanja (PIS BP) je trenutno največji in najpomembnejši projekt v skupini Mercator, saj vključuje prenavo informacijskega sistema za področje maloprodaje, veleprodaje, nabave, logistike in upravljanja matičnih podatkov blagovnega poslovanja za vse družbe Skupine. Prenova informacijskega sistema vodi k učinkovitejšemu obvladovanju procesov in podatkov ter natančnejšemu napovedovanju poslovnih dogodkov in odločanju.

Diplomska naloga je sestavljena iz dveh delov. V prvem delu bomo na podlagi teoretičnih znanj različnih avtorjev predstavili, kaj so celovite informacijske rešitve (ERP sistemi) ter med katerimi možnostmi lahko izbiramo.

V drugem delu bomo najprej predstavili podjetje Mercator, d. d., katerega vizija je biti prva izbira ljudi pri nakupu izdelkov za vsakdanjo rabo. Prav zaradi večje konkurenčnosti, predvsem pa zaradi velikosti podjetja smo se v Mercatorju odločili za prenavo informacijskega sistema. Ker se v podjetju srečujemo z več tisoč artikli z različno stopnjo obračanja, se zavedamo, da nam informacijska tehnologija zelo pomaga pri odločanju o nabavi blaga in s tem pri upravljanju z zalogami. V praktičnem delu diplomske naloge bomo najprej predstavili, kako je potekala uvedba modula G.O.L.D. SHOP v maloprodajne poslovalnice. Nato pa bomo na primeru nabave blaga v trgovini predstavili nov informacijski sistem. Izvedli bomo primerjavo med starim in novim informacijskim sistemom v postopku naročanja blaga v trgovini ter predstavili njegove prednosti in slabosti.

## 1.2 PREDSTAVITEV OKOLJA

Družba Poslovni sistem Mercator, d. d., je obvladujoča družba skupine povezanih podjetij (Skupine Mercator). Glavna dejavnost je trgovina na drobno v nespecializiranih prodajalnah, pretežno z živili. Pomemben del Mercatorjeve ponudbe pa sta tudi program tehnike in tekstila. Število zaposlenih na domačem trgu je 11.148, na tujih trgih pa 3.347.

Skupino sestavljajo:

- Mercator trgovina Slovenija
- Mercator trgovina JV Evropa
- Mercator nepremičnine
- Strateško trženje in globalna nabava
- Strateške finance in informatika

## 1.3 CILJI IN NAMEN DIPLOMSKEGA DELA

Namen diplomskega dela je spoznati in predstaviti izvajanje naročil v maloprodaji, predvsem uporabe avtomatskih predlog. Predstaviti želimo pomembnost uporabe informacijskega sistema kot pomoč pri poslovanju ter prikazati prednosti in opozoriti tudi na nekatere slabosti novega informacijskega sistema.

Cilj diplomske naloge je na podlagi analize izvesti primerjavo starega in novega sistema ter ugotoviti, ali so uporabniki z njim zadovoljni oziroma kaj jim povzroča največ težav. V podjetju je bilo pred prenovo v uporabi več informacijskih rešitev. Primerjavo bomo izvedli z IT LOKA (informacijska tehnologija LOKA), ki je bila v uporabi na Gorenjskem in je bila produkt lastnih programerjev.

## 1.4 METODE DELA

V diplomski nalogi smo najprej s pomočjo literature predstavili pomen informatike v podjetjih ter na kratko celovite informacijske rešitve ter pomen prenove poslovnih procesov za uspešno uvedbo ERP sistemov.

V praktičnem delu smo uporabili metodo opisa in primerjave starega ter novega informacijskega sistema. Vse to smo izvedli na podlagi lastnih izkušenj v praksi. Pri tem smo si pomagali tudi z anketo, ki smo jo preko elektronske pošte posredovali poslovojem.

## 2 POSLOVNA INFORMATIKA IN KONKURENČNOST PODJETIJ

Informatika je znanstvena disciplina, ki se ukvarja s strukturo, programskimi jeziki in programiranjem naprav za obdelavo podatkov ter tudi z metodologijo njihove uporabe, vključno z vzajemnim vplivom med človekom in strojem. Poslovna informatika pa je znanstvena disciplina, ki se ukvarja z oblikovanjem, uvajanjem in izvajanjem poslovnih informacijskih sistemov (Gradišar, Resenovič, 2001, str. 2).

Živimo v času nenehnih in hitrih sprememb v podjetju in tudi v njihovem okolju. Te spremembe so vse bolj nepredvidljive, po drugi strani pa dinamika sprememb okolja dviguje raven potreb po konkurenčnosti podjetja pa tudi po pospešitvi pretoka podatkov in informacij znotraj podjetja in z njihovim okoljem. Da bi v podjetju zagotovili ustrezno vlogo poslovne informatike in s tem zagotovili večjo učinkovitost in uspešnost, je potrebno upoštevati poslovne usmeritve in tehnološke razvojne trende, ki jih narekujejo sprememba poslovnega okolja, razvoj informacijske tehnologije in poslovne priložnosti podjetja.

Raziskave na področju zagotavljanja konkurenčne prednosti podjetja s pomočjo ustrezno razvite informatike oz. informacijske tehnologije kažejo, da je to ena redkih priložnosti, ki jih ima podjetje na voljo v boju s svojo konkurenco na tržišču. Vendar pa imajo nekatera podjetja težave, zaradi katerih jim ne uspe doseči prednosti, ki jim jo omogoča (Kovačič, Vintar, 1994, str. 21–22):

- težave glede opredeljevanja priložnosti za uporabo informacijske tehnologije za doseganje konkurenčne prednosti organizacije;
- nepoznavanje procesa uvajanja obravnavane uporabe informacijske tehnologije;
- nepoznavanje vpliva sprememb, ki so posledica uvajanja sodobne informacijske tehnologije;
- nepoznavanje oz. nerazumevanje zmožnosti sodobne informacijske tehnologije s strani vodstvene strukture organizacije;
- odsotnost strategije, ki bi opredeljevala priložnost uporabe informacijske tehnologije za doseganje konkurenčne prednosti poslovnega sistema.



## 2.1 MESTO IN VLOGA INFORMATIKE V PODJETJU

Vse izrazitejša konkurenčnost okolja, zmogljivejša informacijska tehnologija in nova znanja kadrov postavljajo pred podjetje zahtevo po čim bolj kakovostnih podatkih ter ustrežnejšem upravljanju z njimi. Splošno veljavnega metodološkega postopka, ki bi dal odgovor na vprašanje, kako s temi podatki upravljati, pa ni.

Poslovna informatika je v svoji 30-letni zgodovini doživela nepričakovan razvoj, zato se je tudi spekter znanj vodij informatike bistveno razširil. Ob znanjih in veščinah s področja vodenja mora vodja informatike na poslovno-organizacijskem področju uspešno obvladati naslednjo problematiko (Kovačič, Vintar, 1994, str. 17–18):

- strateško načrtovanje informatike organizacije;
- zagotavljanje konkurenčne prednosti organizacije;
- prilagajanje organiziranosti novim potrebam;
- uveljavljanje vloge informatike;
- uveljavljanje ugotovitve, da so podatki pomemben podjetniški dejavnik organizacije;
- informacijsko arhitekturo;
- ugotavljanje učinkovitosti in uspešnosti informatike v organizaciji;
- povezovanje informacijskih tehnologij;
- zniževanje stroškov informatike.

Načrtovanje informatike mora nujno izhajati iz strateškega načrtovanja globalnih informacijskih potreb podjetja, ki se zrcalijo v vlogi, ciljih in strategiji podjetja, opredeljenih v strateškem načrtu. Ravno tu se skriva vzrok za največkrat neuspešne načrte razvoja, ki smo jim priča v praksi. Večina teh načrtov izhaja namreč iz znanega pristopa gradnje od spodaj navzgor, ki je tako značilna za programski pristop obdelave podatkov. Le-ta je usmerjena predvsem v parcialno učinkovitost namesto v dvig skupne učinkovitosti in uspešnosti.

Medtem ko se klasični metodološki pristopi ukvarjajo z učinkovitostjo posameznih funkcij in aktivnosti, je ključni cilj zasnove informatike učinkovitost celotne organizacije. Samo natančno in dinamično opredeljene informacijske potrebe vseh nivojev upravljanja organizacije ob ustreznih organizacijskih, finančnih in kadrovske postavkah omogočajo uspešno uporabo sodobne informacijske tehnologije v smislu doseganja konkurenčne prednosti organizacije (Kovačič, Vintar, 1994, str. 19–20).

## 3 CELOVITE INFORMACIJSKE REŠITVE

### 3.1 KAJ SO ERP REŠITVE

Celovita informacijska rešitev oz. integrirani informacijski sistemi, ali kot se v praksi najpogosteje imenuje, ERP sistem, je informacijski sistem, ki upravlja in koordinira vse razpoložljive vire, sredstva in aktivnosti v določeni organizaciji ali podjetju.

Pred pojavom celovitih informacijskih sistemov so imela podjetja (mnogo jih še vedno ima) nekaj različnih sistemov za upravljanje s financami, nabavo, zalogami, logistiko, likvidaturo in drugimi poslovnimi funkcijami, ki so delovali ločeno eden od drugega. Vsak od teh sistemov ima lastno podatkovno zbirko, kar pomeni vnos istih podatkov v vsak sistem posebej. To pomeni večje možnosti napak pri vnosu podatkov, težave pri ažuriranju, brisanju in arhiviranju ter velike težave pri poskusu povezave med sistemi.

Če jih želimo popolnoma izkoristiti, integrirani informacijski sistemi zahtevajo reorganizacijo v poslovnih sistemih. Na sami programski opremi so kljub temu da je standardizirana, potrebne prilagoditve in dopolnitve zaradi posebnosti okolja. Zaradi nenehnega razvoja tako informacijske tehnologije kot tudi podjetja samega je področje obravnave hitro spremenljivo in občutljivo. Tudi zaradi varnosti so funkcionalnosti razvite modularno. Vse napake, ki jih naredimo, so zelo drage, dodatno pa nas še zavrejo v razvoju (Srbotič, 2002, str. 14).

Prednost celovitih informacijskih sistemov pred klasičnimi je v tem, da ti sistemi integrirajo poslovne funkcije organizacije in omogočajo integracijo poslovnih procesov preko celotne organizacije. Taki informacijski sistemi izhajajo namesto iz funkcionalno, oddelčno usmerjenih programskih rešitev, iz procesno usmerjenih uporabniških programskih rešitev (Kovačič, 1997, str. 9–10).

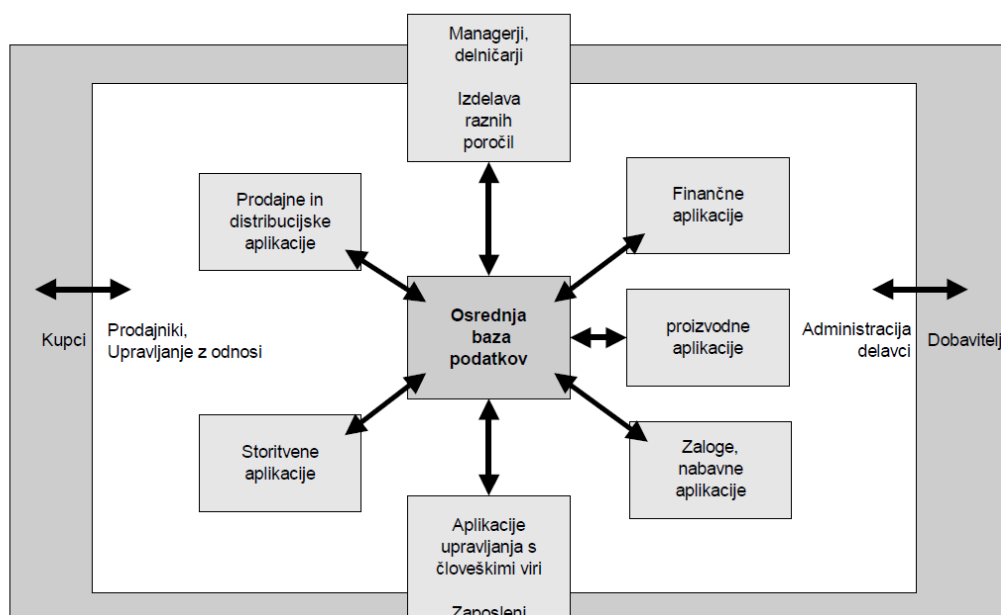
Bistvena lastnost celovitih informacijskih sistemov je, da le-ti temeljijo na enoviti bazi podatkov, kar omogoča zaposlenim iz različnih oddelkov ali enot podjetja (tudi če so med njimi velike geografske razdalje) oziroma poslovnih funkcij vpogled v iste podatke. Podatki se tako ne podvajajo, so vedno ažurni in ni problemov s preoblikovanjem podatkov iz enega v drug sistem. Kot primer: vnos kupčevega naročila omogoča takojšen dostop do zalog, materialnih podatkov, kupčevih podatkov o njegovi plačilni zmožnosti in podatkih o prejšnjih naročilih.

## 3.2 STRUKTURA CELOVITEGA INFORMACIJSKEGA SISTEMA (ERP)

Večina celovitih informacijskih sistemov, ki jih najdemo danes na trgu, ima enako osnovno strukturo. Sestavljajo jih različni funkcionalni moduli (slika 1), ki pa morajo biti popolnoma integrirani v sistem ERP.

Zaradi modularnosti celovitih informacijskih sistemov podjetje, ki vpeljuje celovit informacijski sistem, poleg osnovnega sistema nabavi le tiste dodatne funkcionalne module, ki jih pri poslovanju potrebuje (Jerina, 2003, str. 8).

Integriran informacijski sistem mora podpirati vsaj tri od osnovnih modulov, ki tvorijo jedro sistema: proizvodnjo, distribucijo, finance, upravljanje s človeškimi viri. Najpomembnejši del integriranega sistema je centralna baza podatkov, preko katere potekajo vsi podatki za zadovoljevanje najrazličnejših načinov uporabe, ki jih tovrsten informacijski sistem podpira. Dokumenti in poslovni podatki so shranjeni v bazi podatkov in dostopni takoj s kateregakoli mesta.



Slika 1: Celovita programska rešitev (Vir: Kovačič, Bosilj – Vukšič, 2005, str. 278)

### 3.3 POMEN PRENOVE POSLOVNIH PROCESOV ZA USPEŠNO UVEDBO ERP

Poslovni procesi so v podjetjih velikokrat nepregledni in neprilagodljivi. Potekajo skozi različne organizacijske enote, pogosto so obremenjeni s problemi, ki nastanejo ob prehodu iz ene organizacijske enote v drugo. Največkrat se kažejo pomanjkljivosti v neenotnosti, podvajanju dela, čakanju na podpise, odobritve, nepoznavanju celotnega procesa s strani udeležencev v procesu in podobno. Takšno stanje je neprimerno, zato je poslovne procese potrebno najprej poenotiti, včasih pa tudi ponovno opredeliti oziroma jih radikalno spremeniti, kar imenujemo prenova poslovnih procesov (Kovačič, 2005, 13).

Prenova poslovnih procesov je način izboljšanja delovanja organizacij in pomeni analiziranje in spreminjanje celotnega poslovnega procesa. Zahteva korenite spremembe v poslovanju organizacij, zato mora vodstvo organizacije opustiti neprimerna organizacijska in izvedbena načela ter neuporabna pravila in postopke, ki so bili upoštevani pri poslovanju. Šele potem je mogoče ponovno začeti načrtovati nove organizacijske združbe (Kovačič, 2002, 34).

Cilj prenove poslovnih procesov je doseči konkurenčno enakost ali prednost pred tistimi, ki so do sedaj postavljali pravila in standarde, ali pa spremeniti pravila in ustvariti novo opredelitev najboljšega v panogi. V obeh primerih prenova poteka ob uporabi in uvajanju informacijske tehnologije v poslovni proces s ciljem zagotavljanja konkurenčne prednosti (Kovačič, 2002, str. 36). Za zagotovitev te prednosti je potrebno poiskati čim bolj optimalno razmerje med seboj nasprotujočimi si cilji: časom, stroški in kakovostjo.

Kot navaja Kovačič (1998), prenavo poslovnih procesov lahko opredelimo kot preverjanje procesov in njihovo korenito spremembo, ki jo sprožimo z namenom, da bi dosegli pozitivne rezultate na področjih, kot so zniževanje stroškov, povečanje kakovosti izdelkov in storitev, skrajšanje dobavnih rokov in podobno.

Prenova poslovnih procesov je zahtevna naloga, ki zahteva znanja na področju človeških zmogljivosti, industrijskega inženiringa, ekonomike, trženja, informatike, drugih tehnologij in seveda proizvodnega procesa, ki poteka v okviru organizacije.

Prenova poslovnih procesov zajema in vključuje naslednja izhodišča in globalne cilje (Kovačič, 1998, str. 90):

- poenostavitev poslovnih postopkov z odstranitvijo nepotrebnih odobritev izvedbe in ostalih organizacijskih aktivnosti;

- skrajševanje poslovnega cikla oziroma vseh poslovnih procesov v podjetju, povečanje odgovornosti in posledično znižanje stroškov poslovanja;
- dvigovanje dodatne vrednosti v vseh poslovnih postopkih ter ob tem postopno dvigovanje kakovosti proizvodov in storitev podjetja;
- zniževanje stroškov izvajanja postopkov ob ohranjanju ustreznega razmerja do kakovosti in dobavnih rokov;
- dvigovanje zanesljivosti ter doslednosti izvajanja postopkov in s tem kakovosti proizvodov in storitev;
- prenovo poslovnih procesov v smeri tesnejšega in bolj neposrednega povezovanja z dobavitelji;
- usmerjanje v lastne ključne zmožnosti in prenos izvajanja ostalih procesov, ki niso ključni, ali kjer nismo konkurenčni, izven podjetja (outsourcing).

### **3.4 IZHODIŠČA TER NAČRT PRENOVE IN INFORMATIZACIJE POSLOVANJA**

Da bi podjetje pri informatizaciji poslovanja doseglo želene rezultate in čim bolj izkoristilo razpoložljivo informacijsko tehnologijo, se mora načrtno lotiti vpeljave, prenove ali gradnje informacijskega sistema.

Možnosti pri razvoju in/ali prenovi poslovanja in informatike podjetja sta gradnja lastnega informacijskega sistema z uporabo informacijskih orodij oziroma nakup standardnih rešitev. Običajno se podjetja pri prenovi informatike odločajo med naslednjimi alternativami (Kovačič, 1998, str. 178–181):

#### *1. nadaljevanje lastnega razvoja programskih rešitev na obstoječi arhitekturi*

Prednosti:

- delo z znanim in v podjetju uveljavljenim uporabniškim vmesnikom
- potreben je relativno kratek čas za uvedbo informacijske tehnologije in posameznih rešitev,
- manjši obseg in postopnost naložb ...

Slabosti:

- zahtevno, drago in problematično vzdrževanje,
- nizka kakovost in neustreznost uporabniških rešitev in v rešitve vključenega tehnološkega (poslovnega) znanja,
- problematika zagotavljanja potrebne ažurnosti podatkov;
- problematika zagotavljanja varnosti podatkov in zanesljivosti njihovih obdelav na nivoju mrež ...

## *2. lasten razvoj programskih rešitev, temelječ na uporabi sodobnih celovitih informacijskih orodij*

V tem primeru je potrebna predhodna standardizacija poslovnih procesov, ki so tehnološko pogojeni s poslovanjem podjetja kot celote. Potrebno je nabaviti ustrezno celovito informacijsko orodje, ki vključuje tudi integrirano orodje CASE, ter zamenjati in preoblikovati obstoječo računalniško arhitekturo s sodobno arhitekturo odjemalca/strežnika ali arhitekturo omrežnega računalništva. Stroški niso zanemarljivi, se pa vložek obrestuje s poenostavitvijo, racionalizacijo in standardizacijo poslovanja in na tej osnovi razviti objektno usmerjeno podatkovno bazo in programske rešitve. Takšna podatkovna baza zajema tudi vsa poslovna pravila, kar skrajšuje razvoj ter poenostavlja in bistveno znižuje obseg vzdrževanja programskih rešitev. Slabost take odločitve pa je v tem, da je treba predelati obstoječe rešitve v skladu z novim konceptom in orodji.

## *3. nakup že izdelanih (standardiziranih) programskih rešitev*

Prednosti:

- bistveno skrajšanje časa razvoja in znižanje tveganja o ustreznosti končnega rezultata,
- pridobitev tujih znanj in referenčnih modelov za izvajanje poslovnih aktivnosti na obravnavanem področju, ki jih vsebujejo kakovostne sodobne celovite programske rešitve.

Slabosti:

- relativno visoka cena programskih rešitev,
- problematika uvajanja oziroma prilagajanja informacijskim potrebam uporabnikov in prenosu vseh znanj, potrebnih za vzdrževanje in nadaljnji razvoj, na informatike podjetja

V Mercatorju smo se odločili za nakup že izdelane programske rešitve G.O.L.D., ki je družina integriranih produktov, ki zagotavljajo učinkovit nadzor in optimizacijo poslovanja. Namenjena je podjetjem, ki želijo svoje poslovanje hitro usmeriti na nove trge, uvesti nove oblike poslovanja, zgraditi in nadzirati mednarodne trgovske in logistične mreže, strateško integrirati ali uravnavati poslovanje med centralizacijo in lokalno svobodo posameznih enot v podjetju. (Košir, 2006, str. 14)

V nadaljevanju diplomske naloge bomo na podlagi kritične analize predstavili prednosti in slabosti novega sistema v postopku naročanja. Pri oceni si bomo pomagali tudi z anketo uporabnikov informacijskega sistema G.O.L.D. Program G.O.L.D. bomo primerjali s programom IT LOKA, ki je bil produkt lastnih programerjev.

## 4 PREDSTAVITEV PODJETJA MERCATOR

### 4.1 ZGODOVINSKI RAZVOJ PODJETJA

Začetek delovanja družbe z imenom Mercator, katerega predhodnik je bilo podjetje »Živila Ljubljana«, sega v leto 1953. Kapitalska povezava družbe s hčerinskimi družbami leta 1990 predstavlja začetek koncernske organiziranosti in uveljavitev imena Poslovni sistem Mercator. Družba Poslovni sistem Mercator, d. d., ki je še do leta 1997 poslovala z izgubo in bila brez prave vizije, je oktobra 1997 dobila novo upravo s predsednikom Zoranom Jankovičem na čelu, in uprava je ob svojem nastopu sprejela ambiciozen strateški razvojni načrt – prekiniti negativne smernice iz preteklih let in ustvariti najboljšo trgovsko družbo v državi, podobno največjim evropskim in svetovnim verigam.

Med letoma 1998 in 2003 so stekli procesi intenzivnega kapitalskega povezovanja in prevzemi trgovskih družb, predvsem v Sloveniji. Z ustanovitvijo odvisnih družb na Hrvaškem, v Bosni in Hercegovini ter Srbiji in Črni gori je Mercator vstopil tudi na tuje trge. Po vstopu Slovenije v Evropsko unijo leta 2004 je Mercator kljub zaostrenim tržnim pogojem posloval uspešno, dosegel rekordne prihodke in povečal tržne deleže na vseh trgih delovanja.

V letu 2005 je prišlo do večje spremembe v lastniški strukturi, saj se je zamenjal nadzorni svet in je bila imenovana nova uprava pod vodstvom Žige Debeljaka. Leta 2006 je Mercator z izvedbo strateške povezave s podjetjem Holding Rodič M&B v Srbiji postal drugi največji trgovec na območju Srbije s približno 8-odstotnim tržnim deležem v tem letu.

V začetku leta 2007 je Mercator predstavil svojo turistično ponudbo M holidays, sklenil strateško povezavo s hrvaško družbo Presoflex in z družbo Omega na trgu BiH. Konec novembra je podpisal sporazum o strateški povezavi s črnogorsko družbo Mex market in tako vstopil na četrti novi trg zunaj Slovenije.

Leto 2008 sta zaznamovali visoka inflacija ter globalna finančna kriza. Kljub temu pa je bilo za Mercator to leto leto rekordnih investicij. V skladu s strategijo vstopa na trg Bolgarije smo ustanovili družbo Mercator – B, e.o.o.d., Sofija, ki bo odgovorna za izvajanje Mercatorjeve širitve na trg Bolgarije.

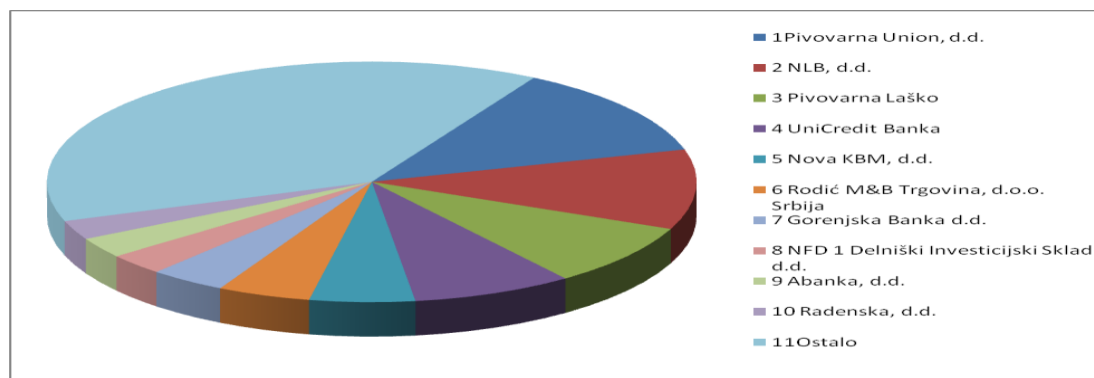
Skozi vsa ta leta pa Mercator pospešeno razvija linije svojih trgovskih znamk, ki kupce prepričajo z najboljšim razmerjem med kakovostjo in ceno, kar potrjuje skoraj 1, 4 milijona uporabnikov kartice zvestobe Mercator Pika.

## 4.2 VIZIJA, POSLANSTVO IN STRATEŠKI CILJI

- **Vizija** podjetja Mercator je biti prva izbira ljudi pri nakupu izdelkov za vsakdanjo rabo v gospodinjstvu in za dom.
- **Poslanstvo Mercatorja:**
  - s svojo ponudbo ustvarja najboljšo vrednost za potrošnike,
  - s svojo ponudbo izdelkov in storitev za vsakdanjo rabo in dom ustvarjati najboljšo vrednost za potrošnike,
  - s strokovnimi in motiviranimi zaposlenimi dajati potrošnikom najboljšo storitev v prijetnem nakupovalnem okolju,
  - z rastjo in učinkovitim poslovanjem zagotavljati donose za delničarje.
  - s svojim delovanjem prispevati k večji kakovosti življenja v družbenem in naravnem okolju.
- **Strateški cilji skupine Mercator:**
  - V Sloveniji ohraniti položaj vodilnega trgovca z izdelki za vsakdanjo rabo, na obstoječih tujih trgih pa utrditi položaj drugega največjega trgovca.
  - V Sloveniji utrditi položaj drugega največjega trgovca z izdelki za dom, na tujem trgu pa se uvrstiti med tri največje trgovce.
  - Razvijati dopolnilne trgovske storitve v povezavi s sistemom zvestobe

## 4.3 LASTNIŠKA STRUKTURA

V delniški knjigi družbe Poslovni sistem Mercator, d. d., je bilo na dan **30. 9. 2010** vpisanih **16.738** delničarjev. Deset največjih delničarjev družbe je imelo v lasti 61,36 % podjetja.



Slika 2: Lastniška struktura Mercator, d. d., 30. 9. 2010 (Vir: [www.mercator.si](http://www.mercator.si))



## 4.4 ORGANIZACIJSKA STRUKTURA

Družba Poslovni sistem Mercator, d. d., je obvladujoča družba skupine povezanih podjetij (Skupine Mercator) in ima dvojno nalogo: opravlja trgovsko dejavnost in izvaja različne koncernske naloge za družbe v skupini.

Skupino sestavljajo:

- Mercator trgovina Slovenija
- Mercator trgovina JV Evropa
- Mercator nepremičnine
- Strateško trženje in globalna nabava
- Strateške finance in informatika
- Strateški razvoj kadrov in organizacije

SKUPINA MERCATOR					
MERCATOR d.d.,					
Predsednik uprave mag. Žiga Debeljak					
MERCATOR TRGOVINA SLOVENIJA	MERCATOR TRGOVINA JUGOVZHODNA EVROPA	MERCATOR NEPREMIČNINE	STRATEŠKO TRŽENJE IN GLOBALNA NABAVA	STRATEŠKE FINANCE IN INFORMATIKA	STRATEŠKI RAZVOJ KADROV IN ORGANIZACIJE
Maloprodaja, veleprodaja in marketing	Koordinacija poslovnih procesov	Razvoj nepremičninskih projektov	Strateško trženje in razvoj formatov	Informatika in tele - komunikacije  Strateške finance	Strateški kadri in korporacijska kultura
UBS, logistika in interna proizvodnja	Koordinacija komerciale	Investicije in vzdrževanje	Upravljanje globalne nabave	Strateški kontroling, računovodstvo skupine in interna revizija	Razvoj organizacije in standardizacija procesov
Finance, računovodstvo in kontroling	Koordinacija maloprodaje, veleprodaje in logistike	Podporne funkcije	Odnosi z javnostmi		
Kadri, pravne in splošne zadeve	Koordinacija marketinga in odnosov z javnostmi				
	Koordinacija razvoja in tehničnega projektiranja				
	Koordinacija kadrovskih zadev				
	Koordinacija financ, računovodstva in kontrolinga				

Slika 3: Organizacijska struktura podjetja Mercator (Vir: [www.mercator.si](http://www.mercator.si))

## 5 INFORMACIJSKI SISTEM V MERCATORJU

Med letoma 1998 in 2003 so stekli procesi intenzivnega kapitalskega povezovanja in prevzemi trgovskih družb, predvsem v Sloveniji. Z ustanovitvijo odvisnih družb na Hrvaškem, v Bosni in Hercegovini ter Srbiji in Črni gori je Mercator vstopil tudi na tuje trge. Tako je bilo v Mercatorju v uporabi več informacijskih sistemov.

Prav velikost Skupine Mercator, prisotnost v različnih državah z različnimi zakonodajami, pomemben delež prodaje, ustvarjen na trgih izven Slovenije, vse to je narekovalo potrebo po spremembi v načinu vodenja, izvajanja in spremljanja poslovanja. Pri projektu prenove informacijskega sistema blagovnega poslovanja gre za večjo centralizacijo tistih funkcij poslovanja, ki jih lahko z enotnim upravljanjem izvajamo bolje. Zavedajoč se, da preoblikovanje poslovanja poteka uspešno le ob uporabi sodobne informacijske tehnologije, smo z namenom poenotenja danes zelo raznolikih informacijskih rešitev opredelili novo strategijo razvoja informacijskega sistema Skupine Mercator, ki temelji na uporabi centralnih, integriranih informacijskih sistemih.

V Mercatorju smo kot standardno, celovito informacijsko orodje za podporo blagovnemu poslovanju izbrali informacijski sistem G.O.L.D., ki je last družbe Aldata iz Francije. Ocenili smo, da je G.O.L.D. informacijsko orodje, s katerim bomo najhitreje zagotovili pogoje za širjenje korporativnih pravil in poslovnega znanja in s katerim bomo povečali preglednost in učinkovitost poslovanja ter omogočili hitrejšo in boljše odzivnost na dogodke okoli nas. Informacijsko orodje G.O.L.D. je rešitev, ki se je uspešno vpeljala že pri mnogih priznanih trgovcih v Evropi in v svetu. Naš partner pri projektu PIS BP je podjetje Aldata Slovenija. (Časomer, 2007)

### 5.1 RAZLOGI ZA UVEDBO NOVEGA INFORMACIJSKEGA SISTEMA

Najpomembnejši razlogi za menjavo informacijskega sistema so bili:

- poenotenje informacijskega sistema za boljši pregled nad poslovanjem podjetja,
- širitev podjetja na tuje trge, kjer se pojavijo nove zahteve, zlasti na področju zakonodaje,
- otežena komunikacija med različni informacijski sistemi posameznih družb, ki so se pripojile k Mercatorju,
- različno skrbništvo nad informacijskimi sistemi (lokalno vzdrževanje informacijskih sistemov).

## 5.2 PRIČAKOVANE KORISTI OD NOVEGA INFORMACIJSKEGA SISTEMA<sup>1</sup>

Glavni cilj projekta je posodobiti in poenotiti informacijski sistem Skupine Mercator ter vzpostaviti optimalne procese blagovnega poslovanja po zgledih najboljši praks, ki jih orodje G.O.L.D. podpira.

Pričakovane koristi:

- izboljšanje stroškovne učinkovitosti, povečanje produktivnosti in s tem doseganje večje konkurenčne sposobnosti;
- uvedba centralnega informacijskega sistema z enotnim sistemom matičnih podatkov omogoča enostavno uvajanje sprememb in širjenje pravil na vse trge;
- centralni informacijski sistem omogoča pooblaščenim osebam vpogled v poslovanje posamezne prodajalne ali več prodajaln, skladišč, ne glede na to, na katerem trgu se nahajajo;
- povezave blagovnega poslovanja s področjem računovodstva, kontrolinga in analitičnimi obdelavami v podatkovnem skladišču so hitrejše in enostavnejše. Zato bo omogočeno boljše analiziranje in interno primerjanje rezultatov poslovanja znotraj Skupine Mercator;
- s strani informatikov bo omogočena kakovostnejša podpora končnim uporabnikom;
- preglednost in dodatna kakovost podatkov pri uvajanju novih artiklov;
- celovito upravljanje prodajno pospeševalnih projektov;
- boljše upravljanje zalog s spremljanjem in nadziranjem dogodkov in stanja;
- optimizacija procesov oskrbne verige.

---

<sup>1</sup> Povzeto: Časomer nov-dec 2007

### 5.3 INFORMACIJSKI SISTEM G.O.L.D.

Ponudnik rešitve G.O.L.D. je podjetje Aldata s sedežem na Finskem. Na njihovi spletni strani (<http://www.aldata-solution.com>) je zapisano, da so prisotni v več kot 50 državah in imajo več kot 600 strank po vsem svetu. Aldata ponuja celosten nabor programskih rešitev za maloprodajo in veleprodajo: upravljanje osnovnih podatkov, prodajna politika, upravljanje z asortimani, podpora aktivnosti v trgovini, izvajanje raznovrstnih napovedi prodaje in upravljanja zalog, logistika in distribucija, upravljanje s podatki dobaviteljev na eni strani ter kupci na drugi strani.

Aldatin nabor aplikativnih rešitev za maloprodajo in veleprodajo je primeren za vsako trgovsko podjetje, ne glede na tip organizacije (centraliziran, decentraliziran, franšizen), ne glede na tip prodajalne (hipermarket, supermarket, manjše prodajalne ...) in ne glede na tip izdelka, ki se prodaja (prehrana, pijača, tekstil ...).

Prednost uporabe G.O.L.D. je v tem, da je to celovita rešitev za upravljanje oskrbovalnih verig, razvita za mednarodno uporabo, modularna, funkcionalno bogata, prilagodljiva, z zmogljivostjo hitre implementacije. Glede na to, da je sistem G.O.L.D. zgrajen modularno, se podjetja lahko odločajo za uvedbo celotnega sistema ali samo posameznega modula.

### 5.4 OPIS POMEMBNEJŠIH MODULOV SISTEMA G.O.L.D.

- G.O.L.D. CENTRAL je namenjen centralnemu upravljanju več trgovin in skladišč. Poslovalnice lahko povežemo v mreže trgovin in skladišč. Na te mreže poslovalnic lahko določimo asortimane (nabavne, prodajne in skladiščne). G.O.L.D. central je namenjen pregledu in izračunu najrazličnejših cen (nabavne, maloprodajne, veleprodajne, stroškovne). Upravljamo lahko vse možne artikle (tehtane, recepturne, embalažne, storitvene). V G.O.L.D. centralu imamo pregled zalog, možnost za premik zaloge iz ene poslovalnice v drugo, izvajamo prevzeme, vračila in prodajo. Pripraviti je mogoče inventurne izpise, opraviti inventurne popise, prav tako pa je primeren tudi za vodenje podatkov o dobaviteljih in kupcih ter njihovih pogodbah (storitvene, poslovne in plačilne).
- G.O.L.D. SHOP služi upravljanju postopkov v trgovini. Omogoča izvajanje trgovinskih dejavnosti, kot so upravljanje z zalogami, omogoča racionalno obnavljanje trgovinskih zalog (ročno ali avtomatsko), izdajo naročil dobaviteljem, prenos zalog, pomoč pri prodaji ter nadzor nad blagovnim asortimanom.

- G.O.L.D. FORECAST je sistem za načrtovanje prodaje. Je zmogljivo podporno orodje za optimalno načrtovanje povpraševanja. Te informacije so ključnega pomena za nabavo in obnovo zalog ter omogočajo zniževanje operativnih logističnih stroškov, ne da bi pri tem izključevali komercialne in tržne zahteve.
- G.O.L.D. STOCK je informacijska podpora pri logističnih procesih in nadzor zalog v skladiščih. Zasnovan je kot orodje za učinkovito spremljanje in dopolnjevanje zalog v skladiščih. Podpira proces fleksibilnega naročanja blaga dobaviteljem in optimalen obseg zalog v skladiščih.
- G.O.L.D. MOBILE – rešitev, ki zagotavlja mobilnost v trgovini. Namenjen je mobilnim uporabnikom v trgovinah, saj ponuja možnost mobilnega izvajanja transakcij G.O.L.D.
- G.O.L.D. POS – rešitev za upravljanje prodajnih mest. Je sistem za uporabo na prodajnih terminalih za upravljanje, nadzor in podporo poslovanju. Namenjen je predvsem trgovinam z živili.

## 6 UVEDBA PROGRAMA G.O.L.D. V MALOPRODAJNE POSLOVALNICE

Do uvedbe nove informacijske rešitve so v uporabi interne delne rešitve, ki so bile »pisane na kožo« uporabnikom. Zato so ti dobro vedeli, katere rešitve si želijo in katere zahteve morajo podati, da bodo želene rešitve tudi dosegli. Uvajanje novega sistema v maloprodajne enote teče postopoma. Začeli smo z manjšimi poslovalnicami, na koncu pa sledijo še supermarketi in hipermarketi.

Uvedba G.O.L.D. programa se je začela v maloprodajnih enotah bivše ERE, ki se je leta 2005 pripojila k Mercatorju. V njihovih enotah so že uporabljali starejšo različico aplikacije G.O.L.D. v povezavi s POS (ang. point of sale – prodajno mesto) izvajalcem MAOP ali C-Ring. Zato je bil zanje ta prehod bistveno lažji kot za ostale enote, saj jim je pomenil le nadgradnjo obstoječega sistema, blagajniški program (ang. front office) pa je ostal isti.

Povedati je treba, da se v Mercatorju nismo odločili za nakup modula POS prodaje, zato informacijski sistem G.O.L.D. v maloprodajnih enotah uporabljamo samo za knjiženje (naročila, vračila, prevzemi ...), medtem ko moramo za prodajo vzporedno uporabljati še informacijski sistem za POS prodajo (front office). Med obema programoma je vgrajen komunikacijski vmesnik, preko katerega potujejo podatki iz G.O.L.D.-a v Front office in obratno. Prav to, da bosta po novem za poslovanje potrebna dva programa, je uporabnikom pomenilo veliko spremembo. Do sedaj so svoje poslovne procese vodili na popolnoma različnih informacijskih sistemih, kar pa je najpomembnejše, so za knjiženje dokumentov in prodajo na blagajni uporabljali isti informacijski sistem.

Zaradi vseh teh sprememb je bilo potrebno pripraviti plan izobraževanj tako za sistem G.O.L.D. kot tudi za program POS prodaje. Poslovodje in njihovi namestniki so bili vabljeni na enodnevno izobraževanje iz blagajniškega programa, nato pa na dvodnevno delavnico sistema G.O.L.D., ki smo jo vodili interni predavatelji. Tu so se seznanili z osnovnimi uporabami G.O.L.D.-a, predvsem pa smo jim poskušali predstaviti, kako deluje povezava med obema programoma. Sledilo je dvodnevno praktično izobraževanje v poslovalnicah, ki že poslujejo na novem informacijskem sistemu.

Na večer prehoda, po zaključku prodaje, so morale poslovodje izvesti zaključke vseh procedur na starem sistemu. Nato so informatiki namestili novo programsko opremo, v katero so prenesli podatke iz starega informacijskega sistema. Naslednje jutro je poslovalnica že poslovala na novem sistemu. Poslovodji sta bila prve dni v pomoč tudi inštruktor za sistem G.O.L.D. kot tudi inštruktor POS izvajalca.

## 6.1 NAROČANJE BLAGA V MALOPRODAJI

Odgovornost za naročanje ustreznih količin blaga običajno nosijo poslovodje posamezne poslovalnice. Imajo neposreden pregled nad dnevno prodajo, poznajo lastnosti blaga in značilnosti dobave. Na podlagi izkušenj lahko dokaj dobro odločajo, kaj in kakšno količino naročiti, da bo oskrba kupcev dobra. Vendar pa si trgovska podjetja v današnjih časih ne morejo privoščiti napačnih odločitev svojih zaposlenih. Zato podjetja vse bolj investirajo v razvoj sistemov, ki naj bi bili v pomoč odgovornim pri opravljanju njihovega dela. Poleg tega pa s pomočjo informacijske tehnologije dosežemo urejenost in točnost podatkov, manjše stroške poslovanja ter hitrejši pretok podatkov in blaga.

Tudi orodje G.O.L.D. je namenjeno podpori naročanja in obdeluje podatke o dobavljenih količinah trgovskega blaga ter o prodaji tega blaga z namenom, da olajša odločanje o količinah posameznih naročil. Dodatno lahko olajša tudi nadzorovanje gibanja zalog in omogoča izdelavo statistik in podrobnejših analiz. Tako kot vsa ostala trgovska podjetja se tudi v Mercatorju trudimo shajati s čim manj skladiščnih površin. Poleg tega imamo v ponudbi tudi zelo hitro pokvarljivo blago, zato težimo k čim manjšim zalogam. Po drugi strani pa si ne smemo privoščiti nezadovoljnih kupcev zaradi pomanjkanja določenega izdelka. Zato nam program pri tem pomaga in preko noči na podlagi podatkov o zalogah, o predvideni prodaji in znanega urnika dobav sam sestavi predlogo naročila. Uporabnik predlogo preveri in po potrebi popravi. Za pravilno delovanje sistema, torej za izdelavo ustreznih naročil, je zelo pomembno, da so vse dobave in ostale spremembe zalog sproti in pravilno vnesene.

V Mercatorju stremimo k temu, da bi poslovodje čim bolj zaupale avtomatskim predlogam naročil, kar pomeni, da bi naročila čim manj ročno popravljali. Vendar pa problem nastaja v manjših poslovalnicah, kjer so omejeni s prodajnim prostorom, logistične enote izdelkov pa so prevelike. Takrat je nujno potrebno količine na naročilu popravljati, saj bi se sicer zaloge kopičile. V takih primerih si pomagajo s premiki med poslovalnicami.

Za prvo naročilo akcijskega blaga in vseh novih izdelkov pa smo v Mercatorju uvedli razdelilnike. Ta sistem ima sicer nekaj pomanjkljivosti predvsem zaradi nestandardnih prodajal, predvsem glede na njihovo kvadraturu in opremo ter veliko razvejanost le-teh po celi Sloveniji. Dobava blaga na podlagi razdelilnikov je nekaj dni pred začetkom akcije. Da pa v tem času ne bi prišlo do podvajanja naročil, so količine iz razdelilnikov v avtomatskih predlogah v G.O.L.D.-u prikazane kot rezervacije. To pomeni, da sistem pri izdelavi običajne avtomatske predloge ustrezno zmanjša naročilo teh artiklov.

Z dobavo novih artiklov v maloprodajne poslovalnice na podlagi razdelilnika pa nabavni oddelek dobi hiter odziv s terena glede njegove prodaje, saj s tem dosežejo, da je nov izdelek izredno hitro pozicioniran v vseh prodajalnah. Tako lahko v zelo kratkem času ugotovijo, ali so izbrali pravi izdelek za naše prodajalne ali ne.

Za asortiman blaga za posamezne poslovalnice skrbi služba za upravljanje z blagovnimi skupinami (UBS). Izbor in vključevanje izdelkov ter izključevanje starih izdelkov iz asortimana je stalni proces. Na tak način lahko zagotovimo tržno ponudbo, ki je prilagojena potrebam sodobnega potrošnika.

Osnovni maloprodajni asortiman določa skupino izdelkov, ki se sme dobavljati v določeno prodajalno ali skupino prodajaln. Iz povedanega sledi, da ima vsaka poslovalnica na podlagi analiz določen asortiman blaga, ki zagotavlja, da lahko tekoče posluje oziroma nabavlja le artikle, ki imajo veljaven datum asortimana in so določeni za posamezen tip poslovalnice. S tem je zagotovljena prisotnost strateških izdelkov in projektov v vseh prodajalnah Mercatorja. Posledično pa s tem zmanjšujemo zaloge nekorantnega blaga in v prodaji puščamo izdelke, ki imajo velik koeficient obračanja zalog. S takimi omejitvami asortimana smo prišli tudi do učinkovitejšega nadzora dobaviteljev, ki so pred tem vse prevečkrat kršili pravila distribucije. Poslovalnice so namreč oskrbovali direktno, kljub temu da je bilo blago na zalogi v našem internem skladišču, oziroma artikel sploh ni bil potrjen s strani nabavne službe.

.



## 6.2 PRIMERJAVA POSTOPKA NABAVE IT LOKA S PROGRAMOM G.O.L.D.

### 6.2.1 IZDELAVA PREDLOGE NAROČILA

- *IT LOKA*: V starem sistemu smo v programu naročanja izdelovali predloge naročil samo za interne dobavitelje. Predlogo naročila internemu dobavitelju je bilo potrebno sprožiti ročno, in sicer na podlagi predvidenega urnika. Prednost tega sistema je bila v tem, da je program pripravil predlogo tudi na dan, ko za nas naročilo ni bilo predvideno. To je bilo uporabno predvsem v predprazničnem času, pa tudi v primeru, ko je bila oseba, ki je bila zadolžena za naročilo, v popoldanski izmeni. Bistvena slabost pa je bila, da program ni omogočal izdelave naročila zunanjemu dobavitelju. Zato smo naročila zunanjim dobaviteljem še vedno pisali ročno in jih posredovali preko faksa ali telefona.
- *G.O.L.D.*: Naročilo je lahko ročno ali avtomatsko. Razlika med njima je v tem, da imamo na avtomatski predlogi že predlagane količine, na ročni predlogi pa količine določimo sami. Avtomatske predloge naročil se izdelajo preko noči, in sicer na podlagi urnika dostav posameznega dobavitelja. To pomeni, da nas zjutraj naročilo že čaka, da ga zaključimo in posredujemo naprej v skladišče. Izdelavo avtomatske predloge naročila poženemo ročno le v izjemnih primerih. To je npr., ko se nočna izdelava naročil kljub urniku iz kakršnegakoli vzroka ni izvedla, ali pa v primeru, ko bi zjutraj še radi spremenili določene parametre in ponovno izračunali avtomatsko naročilo. Če pa izvedemo ročni zagon avtomatskega naročila na dan, ko po urniku ni predvideno naročilo, nam program ne bo pripravil predloge. V tem primeru se lahko odločimo za kopiranje naročila. Kopirano naročilo lahko nato še vedno spreminjamo, vendar pa nam pregled takega naročila vzame kar precej časa.

Prednost programa G.O.L.D. je tudi v tem, da lahko izdelujemo naročila zunanjim dobaviteljem. Naročila so prav tako lahko avtomatska ali pa ročna. Ročna naročila lahko izdelamo po varianti A, B, C ali po varianti D:

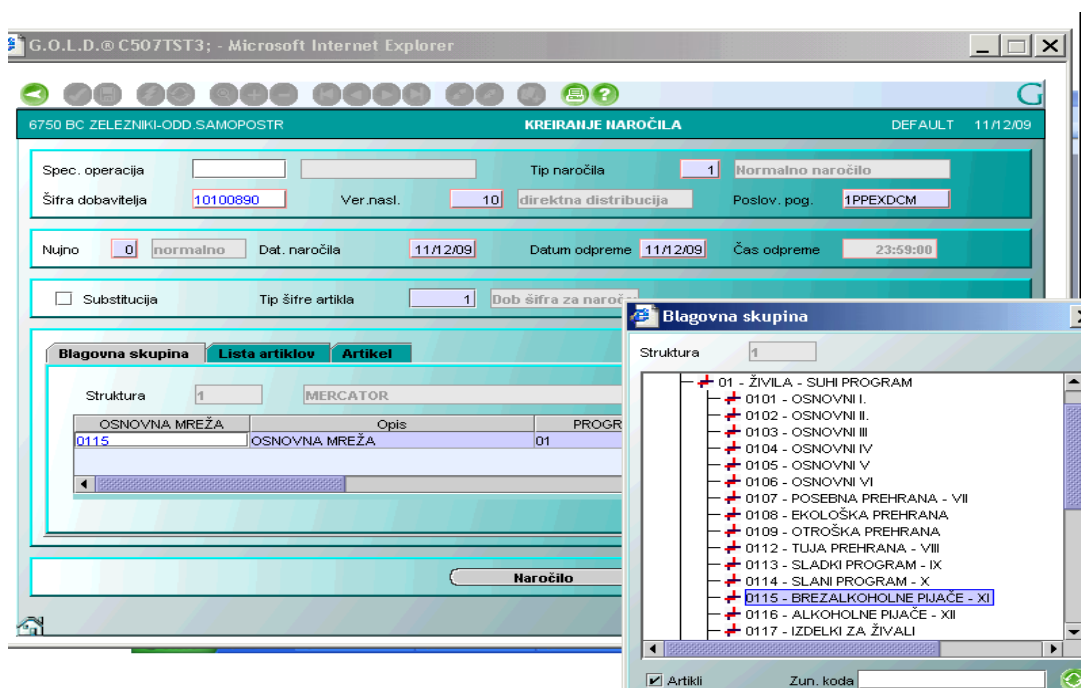
- *VARIANTA A*: vsi artikli dobavitelja

S klikom na gumb »Naročilo« se nam v ekranu za naročanje prikažejo vsi dobaviteljevi artikli, ki so v našem asortimanu.

- **VARIANTA B:** blagovna skupina dobavitelja

Tu lahko izberemo eno ali več blagovnih skupin hkrati (npr. ledeni čaj ...)

- v spodnjem desnem kotu ekrana z gumbom (+) dodamo vrstico, kjer nato izberemo nivo blagovne skupine;
- OSNOVNA MREŽA – postavimo se v to polje, kjer z desnim klikom miške poiščemo nivo blagovne skupine, postavimo se na določeno blagovno skupino in kliknemo gumb »Izbor«;
- NAROČILO – s klikom na ta gumb dobimo v ekranu za naročanje dobaviteljeve artikle iz izbranih blagovnih skupin.



Slika 4: Ekranska slika – Naročilo po blagovnih skupinah (Vir: lasten)

- **VARIANTA C:** liste artiklov

Tu izberemo poljubno listo artiklov (npr. naročanje akcij, blagovna znamka Mercator, trajno nizka cena ...);

- kliknemo zavihek LISTA ARTIKLOV - z levim dvoklikom izberemo listo iz katere bomo naročili artikle;
- NAROČILO – s klikom na ta gumb dobimo v ekranu za naročanje dobaviteljeve artikle z izbrane liste.

Tak način naročila uporabljamo občasno, ko želimo preveriti prisotnost artiklov, ki se nahajajo v Mercatorjevih projektih (TNC, TZ, akcijski artikli ...), pa nam jih iz različnih vzrokov avtomatika ne ponudi v predlogi naročila. Prikažejo se nam vsi artikli iz določene liste, s prilagoditvijo ekrana pa si artikle razporedimo po zalogi od najmanjše do največje, saj bomo naročili samo tiste, ki nimajo zaloge, ali pa je le-ta minimalna.

- **VARIANTA D:** naročanje po posameznih artiklih dobavitelja

Če želimo naročiti po posameznih artiklih, se pomaknemo na zavihek »Artikel«.

- DODAJ – z gumbom (+) v desnem spodnjem ekranu dodamo vrstice,
- ŠIFRA ARTIKLA – postavimo se v to polje, kamor vnesemo šifro artikla,
- NAROČILO – s klikom na ta gumb dobimo v ekranu za naročanje izbrane dobaviteljeve artikle,
- Kol. NE – v ta stolpec vnašamo količine artiklov, ki jih naročamo. Naročilo je v enotah, ki so navedene v stolpcu Tip LE, zato moramo biti pozorni, ali so naročila v kosih ali v kartonih.

Naročanje s pomočjo informacijske tehnologije nam bistveno olajša odločitev o naročeni količini, saj v aplikaciji vidimo osnovne podatke o artiklu (zaloga, prodaja, pakiranje ...). Tako se izognemo kopičenju zalog v skladišču. Izdelano naročilo lahko s pomočjo Excelove tabele posredujemo preko elektronske pošte ali pa si ga izpišemo in posredujemo preko faksa.

Izdelava naročil zunanjim dobaviteljem nam posledično omogoča tudi lažji in hitrejši prevzem. Blaga ob dostavi ni potrebno odčitavati z ročnim čitalcem ali pa dobavo vnašati ročno, saj blago lahko prevzamemo preko predhodno izdelanega naročila. Prevzem na podlagi naročila izdelamo v meniju »Vnos prevzetih količin«. Seveda pa moramo biti pozorni na status naročila, saj se v tem meniju nahajajo samo zaključena naročila. Tak način prevzema blaga omogoča večjo sledljivost artiklov, vodstvu pa analize s področja dobave blaga. Tudi na podlagi takšnih analiz ima podjetje možnost ocenjevanja dobaviteljev.

## 6.2.2 NASTAVITEV PARAMETROV ZA AVTOMATSKO NAROČANJE

Orodje G.O.L.D. na podlagi trenutnega stanja zalog, predvidene prodaje ter na podlagi znanega urnika dobav v avtomatski predlog določi najprimernejšo količino izdelkov za posamezno dobavo. Glavni kriterij pri tem je, da mora dobavljena količina pokriti predvideno prodajo za obdobje od dobave na podlagi trenutnega naročila do naslednje dobave tega izdelka. Uporabnik lahko vpliva na izdelavo avtomatskega naročila tako, da spreminja naslednje parametre:

- *Čas skladiščenja* – število dodatnih dni (varnostna zaloga). Vsak dodatni dan pomeni količino, ki jo v povprečju prodamo v enem dnevu. Idealno je 0, maksimalno pa naj ne bi presegli 2 dni. Če nam avtomatsko naročilo ponuja prevelike količine, je smiselno čas skladiščenja zmanjšati, in obratno.
- *Predstavitvena zaloga* – količina artiklov, ki jo avtomatsko naročilo doda k izračunani potrebni količini, izračunani iz prodaje. To uporabljamo predvsem v primeru artiklov, ki jih moramo imeti na zalogi več, kot to zahteva prodaja.
- *Vzvod* – za posamezno skupino artiklov (npr. pijače) lahko z vzvodom določimo večjo ali manjšo naročeno količino (osnova je 100 %, lahko pa damo npr. 110 % ali 90 %). To uporabljamo predvsem v primerih, ko se približuje sezona in nam preteklo obdobje ne bi dalo realne količine prodaje. V tem primeru postavimo vzvod npr. na 110 % in naročene količine bodo za 10 % večje, kot bi bile sicer. Obratno bomo naredili ob koncu sezone, ko bomo vzvod postavili na npr. 90 % in bodo količine za 10 % manjše, kot bi bile sicer.
- *Posebna obdobja* – program nam omogoča vnos posameznih obdobj, ko prodaja izrazito odstopa od normalne prodaje. Taki primeri so prazniki, razne lokalne prireditve ali dogodki, ki onemogočajo normalno prodajo. Vsi taki dogodki nam močno izkrivljajo normalno prodajo, ki je osnova za dobro izdelavo avtomatskega naročila.
- *Asortimani* – če se nam zdi, da je naš asortiman preširok glede na velikost naše poslovalnice, si lahko le-tega tudi ustrezno zmanjšamo in s tem dosežemo manjšo zalogo.

V programu IT LOKA smo lahko blokirali artikle, s čimer smo preprečili njihovo naročilo, določili minimalno zalogo, pri izdelavi predloge naročil pa smo izbirali med številom dni za izračun naročila.

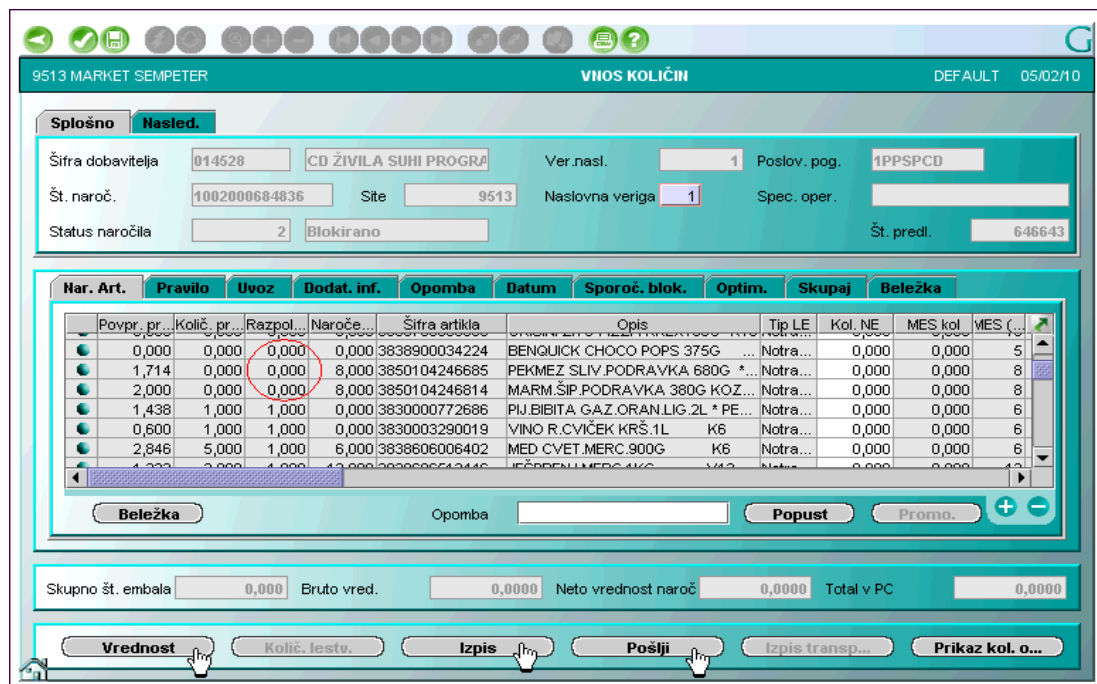
### 6.2.3 PREGLED IN OBDELAVA NAROČILA

- G.O.L.D.: naročilo pregledujemo s pomočjo različnih zavihkov, kjer lahko izbiramo način pregleda naročila. V Mercatorju stremimo k temu, da bi uporabniki čim bolj zaupali avtomatiki. Kljub temu pa uporabnik avtomatsko izdelane predloge naročil lahko preveri in po potrebi popravi in vse spremembe potrdi, s potrditvijo pa se naročilu spremeni status v status 3 – valorizirano. Od tega trenutka ima to naročilo že vpliv na morebitna nadaljnja naročila, saj so artikli na njem teoretično že v zalogi.

Naročilo lahko pregledujemo na podlagi blagovne skupine, na podlagi naziva artikla, ali pa se odločimo za pregled različnih Mercatorjevih projektov (TNC, BZ, akcije ...). Za pregled naročila po nazivu artikla je potrebno ponoviti iskanje za vsak artikel posebej. Ta postopek je precej dolg in nam vzame precej časa.

Ko pregledujemo naročilo s pomočjo zavihkov, se nam v tem pregledu pokažejo samo artikli, ki so dejansko naročeni, ne pa celoten nabor artiklov, ki spadajo v ta projekt. Težava nastane npr., ko dobavitelj iz različnih vzrokov dalj časa ne dostavi v centralno skladišče zadostne količine blaga. Avtomatika izračunava predloge naročil na podlagi preteklih štirih tednov. Ker se artikel zaradi izpada v tem času ne prodaja, nam ga avtomatika kasneje ne naroča več. Zato ga je potrebno ročno naročiti takoj, ko je artikel ponovno v skladišču. Ker pa v predlogi naročila ne vidimo artiklov, ki niso naročeni, pa morajo biti prisotni na prodajnih policah, je občasno potrebno izvesti ročna naročila za projekte, in sicer preko liste artiklov. Če opazimo, da artikel iz različnih vzrokov ni naročen, ga lahko dodamo na obstoječe naročilo. V spodnjem delu ekrana se nahaja znak (+), s katerim dodamo vrstico in vanjo vnesemo nov artikel ter zeleno količino.

V ekranu za naročanje je vidnih veliko podatkov o artiklu, ki nam olajšajo odločitve o količini naročila. Aplikacija nam omogoča, da si s premikanjem polj ekranski prikaz nastavimo tako, da bo le-ta čim bolj prilagojen našim potrebam. Pred potrditvijo naročila lahko s pomočjo razvrščanja podatkov pregledamo količine, s čimer se izognemo napakam. Po vseh popravkih in dodanih pozicijah je naročilo potrebno potrditi, s čimer dobi status 3, dokončno pa ga potrdimo s klikom na gumb »Pošlji«, ko naročilo dobi nov status (5-Za prevzem). V tem trenutku naročilo že vidijo v centralnem skladišču in naročilo gre v nadaljnjo obdelavo.



Slika 5: Ekranska slika – Pozicije naročila v programu G.O.L.D. (Vir: lasten)

- IT LOKA: Tako kot v programu G.O.L.D. je bilo tudi v starem informacijskem sistemu na voljo veliko število podatkov o artiklu, kar je omogočalo lažjo odločitev o količini naročila. Poleg podatkov o prodaji v preteklem tednu in preteklem mesecu so bili tudi podatki o prodaji za enako obdobje v preteklem letu. Poleg komercialnega pakiranja so bili tudi podatki o transportnem in paletnem pakiranju.

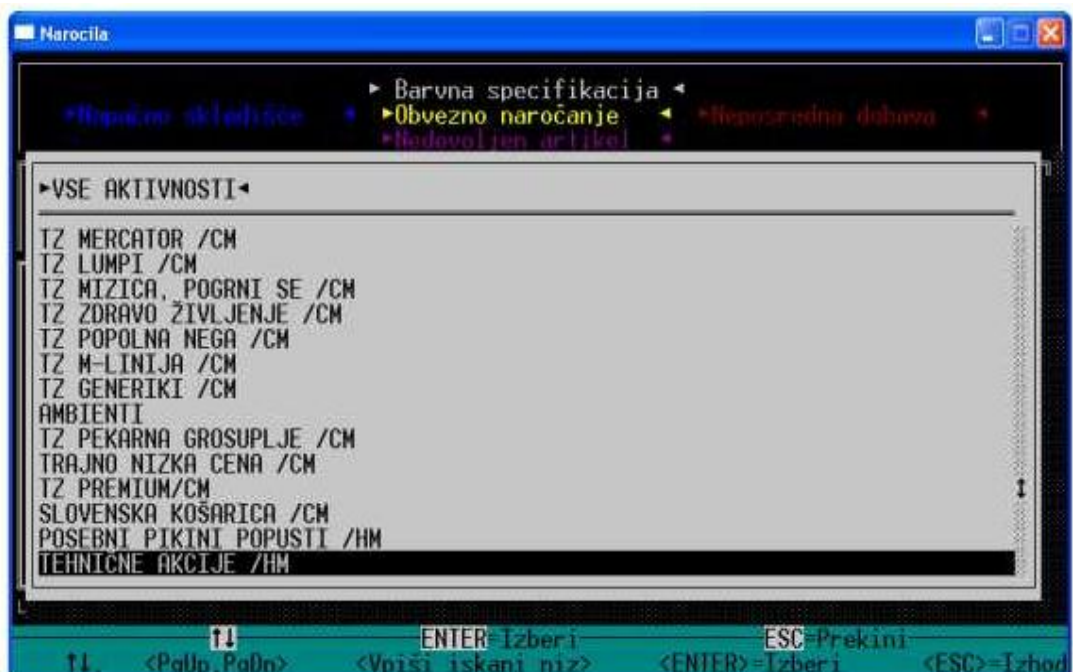
Artikli, ki so bili obvezni za poslovalnico, so bili barvno označeni. V to skupino so spadali artikli iz različnih Mercatorjevih projektov, ki smo si jih lahko posebej ogledali preko tako imenovanih filtrov (slika 6). Pri izbranem filtru so bili vidni vsi artikli iz tega projekta, tudi tisti, ki jih program v predlogi naročila ni ponudil. Če je bil artikel iz tega projekta že naročen, je bil barvno označen. Tako se ni moglo zgoditi, da bi zaloga pošla, hkrati pa smo lahko izvajali kontrolo zaloge v trgovini in poskrbeli za sprotno usklajevanje.

Predvsem pa so nam filtri pomagali pri naročilu artiklov iz prodajno pospeševalnih akcij, še posebej v času, ko se je akcija iztekala. Tako smo lahko preprečili naročilo artiklov, ki se po zaključku akcij ne prodajajo več tako intenzivno. Redno je bil oskrbovan tudi filter akcij, ki so šele prihajale.

Na razpolago je bil tudi filter z novimi artikli. Preko njih smo bili sproti obveščeni o umestitvi novih izdelkov v projekt oziroma v naš asortiman.

V vsakem od teh filtrov smo lahko potrdili večje število artiklov v enem koraku. Pregled naročila je bil mogoč tudi po nazivu artikla. Iskanje po nazivu je bilo zelo preprosto in hitro. Tudi ko je bilo naročilo že zaključeno, je bilo možno preko filtrov pregledovati podatke o prodaji izbranega artikla ali pa preverjati podatke o razpoložljivi zalogi internega skladišča.

V spodnjem delu ekrana je bil viden podatek o trajanju projekta, kar nam je omogočalo, da smo lažje uravnavali količino naročila za artikel, ki se umika iz projekta ali pa se v projekt šele vključuje.



Slika 6: Ekranska slika - Filtri v IT LOKA (Vir: lasten)

## 6.2.4 PODATKI O ZALOGAH V NAROČILU

Ker se v Mercatorju nismo odločili za nakup modula POS prodaje, je prav ta odločitev pomenila bistveno spremembo poslovanja maloprodajne enote. Do prenove informacijskega sistema smo namreč tako za knjiženje kot tudi za prodajo uporabljali isti informacijski sistem. Z uvedbo sistema G.O.L.D pa je potrebno vzporedno uporabljati še en informacijski sistem za prodajo na blagajni. To je v začetku povzročalo nemalo težav uporabnikom pri razumevanju in uporabi sistema. Podatki o prodaji se preko noči prenesejo v G.O.L.D. in s tem razknjižijo zalogo. To pomeni, da v naročilu ne vidimo trenutne zaloge, pač pa končno zalogo prejšnjega dne.

Ker je stari informacijski sistem služil tako za knjiženje kot tudi za prodajo, je bila v vseh aplikacijah programa, tudi v naročanju, vidna trenutna zaloga. To pomeni, da se je zaloga artiklom razknjižila takoj, ko je blagajničarka zaključila račun.



The screenshot shows a terminal window with the following data:

Barvna specifikacija  
 Obvezno naročanje  
 \*Neposredna dobava\*  
 \*Nedovoljen artikel\*

Int. šifra in datum naročila: 500823 06.11.2009      Prenos v nabavo:   
 Datum dobave: 08.11.2009      Kupec: 6750      Predračun: 0  
 Dobavit: 7078 PROGRAM ŽIVILA      Skladisce: Potnik:99

ZAP	NAROČILO	S	ZAL	TRG	NAZIV ARTIKLA	ŠIFRA	Tren.	MPC
-PP. Ted.: 22.00-L. Mes.: 38.00-Min.: 12.00-Rez.: 24.00-								
277		24.000	1	23.00	BON. SOFTI KARAMELE ŠUMI 400G	21385		1.77
278		6.000	1	5.00	BON. SOFTI ŠUMI 1KG	44030		6.96
279		24.000	1	7.00	BON. VITERGIN JAG. 24G	1134		0.69
280		12.000	1	0.00	BON. ŠUMI MIX 400G	1372		2.40
281		6.000	1	4.00	DŽEM BRUS. DIA. DARBO 300G	597642		3.39
282		12.000	1	5.00	DŽEM DIET. JAG. MERC. 300G	348630		1.66
283		12.000	1	4.00	DŽEM DIET. MARE. MERC. 300G	348628		1.66
284		24.000	1	4.00	SARDINE DEL. Z LIM. 115G	1187		1.03
285		30.000	1	9.00	SARDINE EVA Z ZEL. 115G L.O.	34002		1.34
286		60.000	1	98.00	SARDINE MERC. S.O. 115G	164613		0.58
P. Ted.: 17.00-P. Mes.: 70.00-Kom.: 12.00-Tra.: 12.00-Pal.: 540								
L. TRAJNO NIZKO CENA ZOM 06.05.2009 NEOMEJENO MPC: 1.77								

Izbira    Popr.    Brisi    Išči    Sort    Gr. filtrov    Rez.    Esc-Ven  
 Pregled, kreiranje in popraviljanje naročila

Slika 7: Ekranska slika - Pozicije naročila v IT LOKA (Vir: lasten)

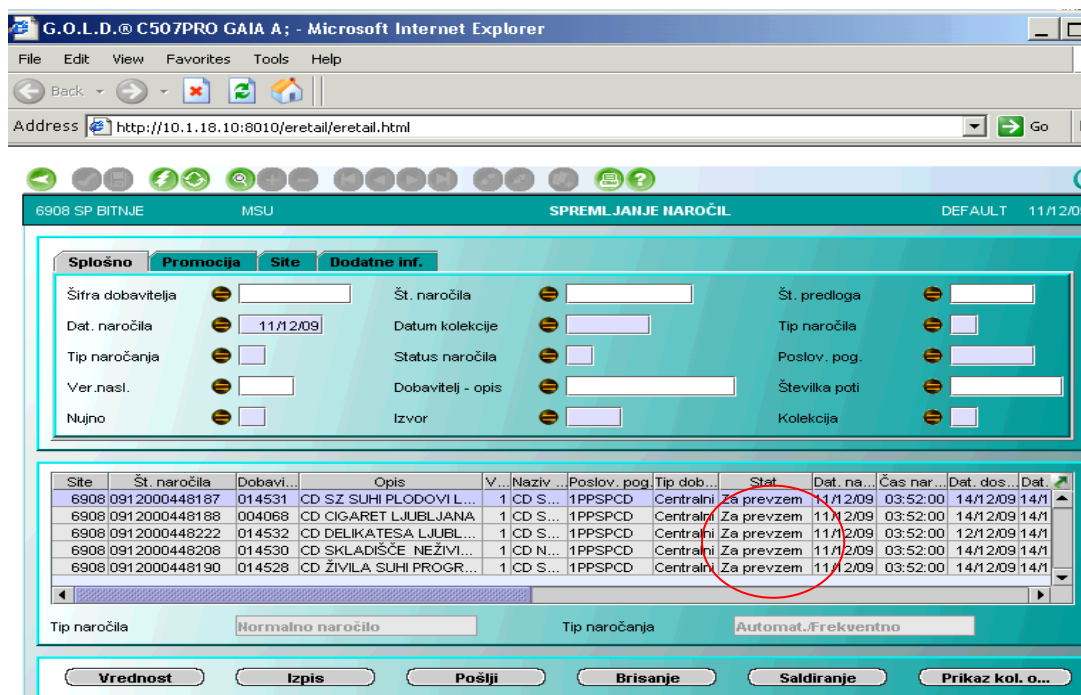


## 6.2.5 STATUSI NAROČIL

Pri obdelavi naročila v programu G.O.L.D. moramo biti zelo pozorni na status naročila. Naročilo ima glede na obdelavo več statusov:

- status 2 (Blokirano) – naročilo je izdelano, vendar ga še lahko popravljamo,
- status 3 (Valorizirano) – naročilo je ovrednoteno, vendar ga še lahko popravljamo,
- status 5 (Za prevzem) – naročilo je zaključeno,
- status 6 (Delno prevzeto) – dostava blaga je bila manjša od naročenega,
- status 7 (Prevzeto v celoti) – naročeno blago je v celoti prevzeto.

Če želimo, da bo naročilo realizirano, mora obvezno imeti status »5 – Za prevzem«. Če npr. ocenimo, da naročila, ki ima status 3, ne želimo oddati, je to naročilo nujno potrebno preklicati. V nasprotnem primeru nam bo avtomatika pri vsaki naslednji predlogi artikla iz tega naročila upoštevala, kot da so že naročeni, in nam jih ne bo ponudila. Ko naročilo zaključimo in dobi status 5, je postopek končan. V tem trenutku je naročilo že vidno v skladišču, kjer gre v nadaljnjo obdelavo.



Slika 8: Ekranska slika – Statusi naročil v G.O.L.D.-u (Vir: lasten)

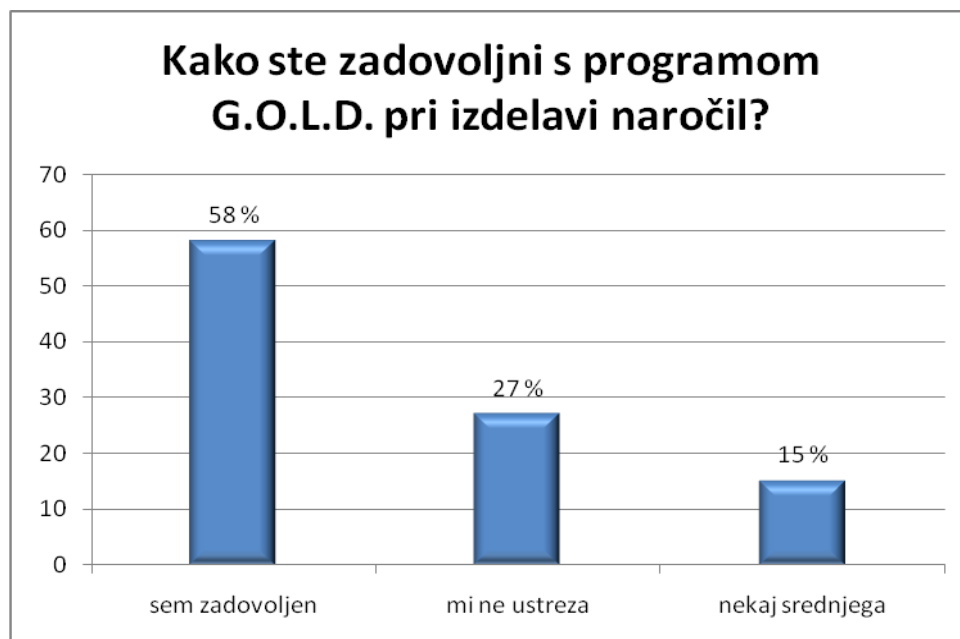
Ko je bilo zaključeno naročilo v IT Loka, je bilo za prenos potrebno vzpostaviti povezavo preko modema, kjer smo naredili izmenjavo podatkov. Šele takrat je bilo naročilo vidno v skladišču, kjer so poskrbeli za distribucijo blaga.

### 6.3 ANKETA: MNENJA UPORABNIKOV O PROGRAMU G.O.L.D. V POSTOPKU NAROČANJA

Za dodatno analizo primerjave starega in novega informacijskega sistema v postopku izvajanja naročil smo izbrali anketni vprašalnik. Namen te raziskave je ugotoviti, kako so z novim programom zadovoljni uporabniki. Anketni vprašalnik sem preko elektronske pošte poslala v 70 maloprodajnih poslovalnic, vrnjenih sem dobila 48. Te sem tudi analizirala, kar bom prikazala v nadaljevanju diplomske naloge. Vsi sodelujoči v anketi uporabljajo nov informacijski sistem G.O.L.D. približno eno leto.

1. vprašanje: Kako ste zadovoljni s programom G.O.L.D. pri izdelavi naročil?		
	število odgovorov	število odgovorov v odstotkih
sem zadovoljen	28	58 %
mi ne ustreza	13	27 %
nekaj srednjega	7	15 %
	48	100 %

Tabela 1: Rezultati prvega vprašanja



Graf 1: Prvo vprašanje

Iz odgovorov lahko razberemo, da je več kot polovica uporabnikov (58 %) z novim programom zadovoljna.

2. vprašanje: Ali je bil način izobraževanja zadovoljiv?		
	število odgovorov	število odgovorov v odstotkih
da	48	100 %
ne		0 %
	48	100 %

Tabela 2: Rezultati drugega vprašanja



Graf 2: Drugo vprašanje

Vsi uporabniki so bili z načinom izobraževanja zadovoljni. Delavnice so potekale dva dni, kjer je vsak uporabnik tudi sam lahko izdelal posamezne dokumente.

<b>3. vprašanje: Ali bi potrebovali še kakšno izobraževanje na temo avtomatskega naročanja?</b>			
	število odgovorov	število odgovorov v odstotkih	
da	31	65 %	
ne	17	35 %	
	48	100 %	

Tabela 3: Rezultati tretjega vprašanja

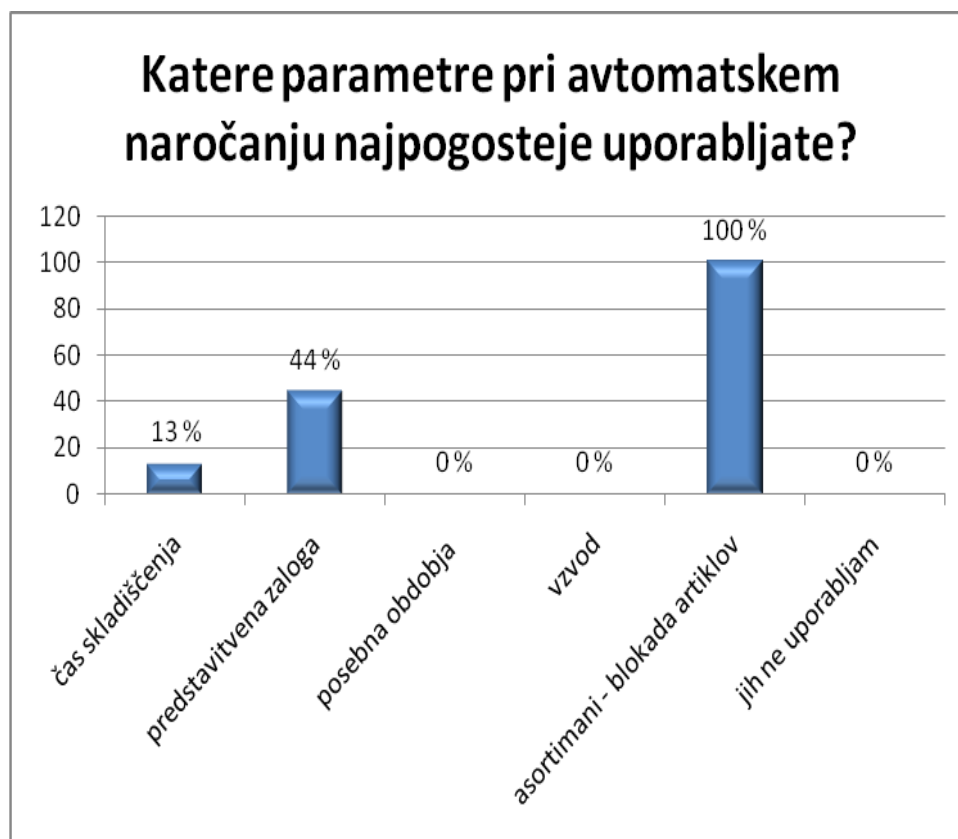


Graf 3: Tretje vprašanje

Da bi bilo še kakšno dodatno izobraževanje na temo avtomatskega naročanja dobrodošlo, je odgovorilo kar 65 % anketirancev. Vzrok za tako velik odstotek bomo spoznali v odgovoru na naslednje vprašanje.

<b>4.vprašanje: Pri avtomatskem naročanju imate možnost nastavitve različnih parametrov.</b>			
<b>Katere od njih najpogosteje uporabljate?</b>			
	število odgovorov	število odgovorov v odstotkih	
čas skladiščenja	6	13 %	
predstavitvena zaloga	21	44 %	
posebna obdobja		0 %	
vzvod		0 %	
asortimani – blokada artiklov	48	100 %	
jih ne uporabljam			

Tabela 4: Rezultati četrtega vprašanja



Graf 4: Četrto vprašanje

Iz odgovorov na četrto vprašanje je razvidno, da uporabniki za izračun avtomatskih predlog naročila uporabljajo predvsem blokado artiklov. To pomeni, da si na tak način omejijo svoj asortiman. Določenemu artiklu v asortimanih odstranijo kljukico, s čimer preprečijo nadaljnja naročila tega artikla. Za polovico manj od blokade artiklov uporabljajo parameter za nastavitev predstavitvene zaloge, v manjši meri pa uporabljajo tudi čas skladiščenja. Nihče od anketirancev pa ne uporablja »Vzvoda« ali pa parameter »Posebna obdobja«.

<b>5. vprašanje: V katerem programu ste potrebovali več časa za izdelavo naročila?</b>		
	število odgovorov	število odgovorov v odstotkih
v starem programu	14	29 %
v novem programu	34	71 %
	48	100 %

Tabela 5: Rezultati petega vprašanja



Graf 5: Peto vprašanje

Kar 71 % anketirancev trdi, da v novem programu potrebujejo več časa za izdelavo naročila.

6. Vprašanje: Kako pogosto izdelate ročno naročilo za Mercatorjeve projekte? Najpogostejši odgovor je bil, da tako naročilo izdelajo enkrat mesečno.

7. Pri sedmem vprašanju sem jih spraševala po prednostih, ki jih vidijo v programu G.O.L.D. pri izdelavi naročila. Najpogostejši odgovor je bil, da bistvenih prednosti ne vidijo.

8. Katere so slabosti pri izdelavi naročil? Katera od teh vam predstavlja največjo težavo?

Najpogostejši odgovori:

- pri pregledu naročila po projektih bi se morali videti tudi artikli, ki jih sistem ni ponudil v naročilu
- prepočasno iskanje po nazivu artikla
- logistična enota zlasti pri naročilu delikatesnih izdelkov

Podobni so bili odgovori na zadnje vprašanje, kjer naj bi podali predloge za izboljšavo oziroma nadgradnjo programa.

## KOMENTAR ANKETE

Na podlagi ankete sem ugotovila, da se nekaj manj kot polovica uporabnikov z novim programom še ni sprijaznila. Ljudje smo različni, vendar pa so nekateri uporabniki že na izobraževanje prihajali negativno naravnani, saj se je širil glas, da je program slab. V nasprotno smo jih poskušali prepričati interni predavatelji. Vedeti moramo, da so se določeni procesi res spremenili, kar pa ni vedno slabo. Veliko težav je uporabnikom od začetka povzročal že sam način oziroma uporaba programa. Do sedaj računalniške miške skorajda niso uporabljali, sedaj pa je nepogrešljiva. Odzivi na način izvedbe izobraževanja so bili dobri, kar kažejo tudi rezultati drugega vprašanja, saj so 100 % odgovorili, da so bili z izobraževanjem zadovoljni. Vendar pa si poslovodje želijo še dodatna izobraževanja, predvsem na temo avtomatskega naročanja. Iz ankete je razvidno, da vsi uporabljajo blokado artikla, s katerim preprečijo nadaljnja naročila določenega artikla. Dobrih 40 % jih uporablja »Predstavitveno zalogo«, ki jo sistem avtomatsko doda izračunani potrebni količini v naročilu. V manjši meri pa se poslužujejo tudi parametra »Čas skladiščenja«. Nihče od anketiranih pa ne uporablja »Vzvoda« ter parametra »Posebna obdobja«. Vzrok za takšno stanje je predvsem v tem, da so bili ti parametri uvedeni naknadno, vendar uporabnikom še niso bili natančno predstavljeni.

Pri obdelavi avtomatskih predlog naročil uporabniki najbolj pogrešajo to, da pri pregledu projektov s pomočjo zavihkov vidijo samo artikle, ki so dejansko naročeni, ne pa tudi tistih, ki spadajo v projekt, pa sistem ni zaznal potrebe po naročilu. Tak način jim je bil omogočen v programu IT Loka. Ta primer je bil v anketi tudi najpogosteje izpostavljen kot predlog za izboljšavo programa.



## 7 ZAKLJUČEK

Človek je bitje sprememb, ki nenehno hrepeni po nečem novem, ki nikoli ne miruje. Spremembe, ki v tem trenutku najbolj vplivajo na naš vsakdan, so vezane na razvoj informacijske tehnologije. Spremembe so tako intenzivne, da uporaba informacijske tehnologije ni le ena izmed alternativ, ampak edina pot.

Prenova in informatizacija poslovanja je vse več kot implementacija novih programskih rešitev. Gre za zahtevno nalogo, ki se je mora podjetje lotiti na najvišjem nivoju, smotno in preudarno. V Mercatorju nam je to uspelo tako pri izbiri informacijskega sistema kot tudi pri načrtovanju uvedbe le-tega. Projektna skupina je uspešno izvedla načrt izobraževanj za zaposlene kot tudi samo implementacijo programa. Seveda projekt v maloprodaji še ni v celoti zaključen, saj nas čaka še uvedba programa v hipermarketih.

Uvedba centralnega informacijskega sistema prinaša precej koristi. Blagovno poslovanje z enovitim sistemom matičnih podatkov, ki se upravljajo centralno, omogoča enostavno uvajanje sprememb na vse trge in neodvisnost poslovanja tam, kjer je to potrebno. Pooblaščenim osebam je omogočen vpogled v poslovanje posamezne prodajalne ali več prodajaln, ne glede, na katerem trgu se nahajajo. Zato jim bo na voljo večji obseg kakovostnejših podatkov za izvajanje različnih analiz, ki bodo pripomogle k boljšemu poslovanju. Prav tako pa bo enotni sistem informatikom omogočal kakovostnejšo podporo končnim uporabnikom.

V diplomski nalogi smo na podlagi ankete ugotovili, da se nekaj uporabnikov še ni povsem sprijaznilo z uvedbo novega programa. A dejstvo je, da smo ljudje različni in nikoli nismo vsi z vsem zadovoljni. In tudi pri uvedbi sistema G.O.L.D. je bilo tako, mnenja so različna. Vendar pa vemo, da je program zastavljen široko in ga uporabniki ne znajo še v celoti izkoristiti. Pomembno je, da se bodo zaposleni v maloprodaji kot tudi v vodstvu še naprej izobraževali, širili znanje in s tem potrebe po informacijah. Dejstvo je, da sedanji informacijski sistem nudi kvalitetne informacije o poslovanju celotnega podjetja kot tudi posameznih poslovnih enot. S tem je vodstvu dano orodje, ki mu omogoča učinkovito odločanje, s čimer se poveča konkurenčnost podjetja, to pa vodi k večji uspešnosti poslovanja. Vsekakor pa bi bilo dobro, da bi vodstvo upoštevalo tudi predloge, ki prihajajo s strani uporabnikov.

## LITERATURA IN VIRI

1. Gradišar, Miro in Gortan Resenovič (2001). *Informatika v poslovnem okolju*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta
2. Jerina, M. (2003). *Uvedba celovitega informacijskega sistema SAP/R v skupino Istrabenz*. Diplomsko delo. Dostopno na spletnem naslovu: <http://www.cek.ef.uni-lj.si/učdiplome/jerina735.pdf> ( april, maj 2011)
3. Košir, J. (2006). *Povezava dveh programskih rešitev v nabavno – prodajnem procesu za podjetje*. Diplomsko delo. Kranj: Univerza v Mariboru, Fakulteta za organizacijske vede. Dostopno na spletnem naslovu: <http://diplome.fov.uni-mb.si/uni/12076Kosir.pdf> ( april, maj 2011)
4. Kovačič, A. (1998). *Informatizacija poslovanja*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta v Ljubljani.
5. Kovačič, A. (2002). *Prenova in informatizacija poslovanja*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
6. Kovačič, Andrej in Bojan Peček (2005). *Prenova in informatizacija delovnih procesov*. Ljubljana: Fakulteta za upravo
7. Kovačič, Andrej in Mirko Vintar (1994). *Načrtovanje in gradnja informacijskih sistemov*. Ljubljana: DZS
8. O Mercatorju (2010). Dostopno na spletnem naslovu: [http://backend.mercator.si/o\\_mercatorju](http://backend.mercator.si/o_mercatorju) (april, maj 2011)
9. Poročilo o poslovanju skupine Mercator 1-9 2010. Dostopno na spletnem naslovu: <http://www.mercator.si/si/vlagatelji/informacije-poslovanje/porocila-o-poslovanju/> (april, maj 2011)
10. Prenova informacijskega sistema blagovnega poslovanja. Interni časopis Časomer (nov – dec 2007). Citirano maj 2011
11. Programske rešitve za maloprodajo in veleprodajo. Dostopno na spletnem naslovu: <http://slovenia.aldata-solution.com/si/REŠITVE/Maloprodaja%20in%20veleprodaja/>

12. Srabotič, R. (2002). *Strateško načrtovanje integriranih informacijskih sistemov v slovenskih majhnih in srednje velikih podjetjih*. Magistrsko delo. EF Ljubljana. Dostopno na spletnem naslovu: <http://www.cek.ef-uni-lj.si/magister/srabotic24.pdf>. (april, maj 2011)
13. Specializirano podjetje za maloprodajo in veleprodajo. Dostopno na spletni strani: <http://slovenia.aldata-solution.com/si/Podjetje/> (april, maj 2011)
14. Skupina Mercator je ena največjih in najuspešnejših verig v JV Evropi. Dostopno na spletnem naslovu: <http://www.mercator.si/si/o-podjetju/obvladujoca-druzba/mercator-dd/> (april, maj 2011)

## KAZALO SLIK

Slika 1: Celovita programska rešitev (Vir: Kovačič, Bosilj – Vukšič, 2005, str. 278)..	6
Slika 2: Lastniška struktura Mercator, d. d., 30. 9. 2010 (Vir: www.mercator.si) ....	11
Slika 3: Organizacijska struktura podjetja Mercator (Vir: www.mercator.si) .....	12
Slika 4: Ekranska slika – Naročilo po blagovnih skupinah (Vir: lasten).....	21
Slika 5: Ekranska slika – Pozicije naročila v programu G.O.L.D. (Vir: lasten).....	25
Slika 6: Ekranska slika - Filtri v IT LOKA (Vir: lasten) .....	26
Slika 7: Ekranska slika - Pozicije naročila v IT LOKA (Vir: lasten).....	27
Slika 8: Ekranska slika – Statusi naročil v G.O.L.D.-u (Vir: lasten).....	28

## KAZALO GRAFOV

Graf 1: Prvo vprašanje .....	29
Graf 2: Drugo vprašanje.....	30
Graf 3: Tretje vprašanje .....	31
Graf 4: Četrto vprašanje.....	32
Graf 5: Peto vprašanje .....	33

## KAZALO TABEL

Tabela 1: Rezultati prvega vprašanja .....	29
Tabela 2: Rezultati drugega vprašanja .....	30
Tabela 3: Rezultati tretjega vprašanja .....	31
Tabela 4: Rezultati četrtega vprašanja .....	32
Tabela 5: Rezultati petega vprašanja .....	33

## PRILOGA

### ANKETA O ZADOVOLJSTVU UPORABNIKOV S PROGRAMOM G.O.L.D.

1. Kako ste zadovoljni s programom G.O.L.D. pri izdelavi naročil?
  - a) s programom sem zadovoljen
  - b) program mi ne ustreza
  - c) drugo: \_\_\_\_\_
  
2. Ali je bil način izobraževanja zadovoljiv?
  - a) da
  - b) ne
  - c) drugo: \_\_\_\_\_
  
3. Ali bi potrebovali še kakšno izobraževanje na temo avtomatskega naročanja?
  - a) da
  - b) ne
  
4. Pri avtomatskem naročanju imate možnost nastavitve različnih parametrov. Katere od njih najpogosteje uporabljate?
  - a) čas skladiščenja
  - b) predstavitveno zalogo
  - c) posebna obdobja
  - d) vzvod
  - e) asortimani – blokada artiklov
  - f) jih ne uporabljam
  
5. V katerem programu ste potrebovali več časa za izdelavo naročila?
  - a) v starem programu
  - b) v novem programu
  
6. Kako pogosto izdelate ročno naročilo za Mercatorjeve projekte (TNC, TZ ...)?
  
7. Katere so prednosti G.O.L.D.-a pri izdelavi naročil? Katero bi najbolj izpostavili?
  
8. Katere so slabosti G.O.L.D.-a pri izdelavi naročil? Katera od teh vam predstavlja največjo težavo?
  
9. Vaši predlogi za izboljšavo v postopku izdelave naročil: