



POMÁHAME PARTNEROM RÁŠŤ

„Dodávateľský reťazec je včerašok. Budúcnosťou je dodávateľský cyklus,“ povedala Monika Červenák, Generálna riaditeľka pre DS Smith Packaging Slovakia, s. r. o., Obchodná riaditeľka pre DS Smith Packaging Maďarsko, Rumunsko a Slovensko, ktorá takto začala svoju prednášku na Logistic Conference 2014. Auditórium si vypočulo mnoho doslova provokatívnych myšlienok, ktoré rezonovali ešte i počas prestávky na obed. Najzaujímavejšie vám predstavíme.

Iba keď začnete rozmýšľať v cykle, uvidíte celý obraz.

Svet sa mení. Obaly a logistika pred 10 rokmi, vyzerali inak ako dnes. Konkurenčný boj a tlak na výkon, znižovanie nákladov, inovácie, zvyšovanie tržieb a ziskovosti, to všetko prispelo k radikálnej zmene vnímania služieb a „tradičného“ dodávateľského reťazca. Dnes zákazníci vyžadujú dodávateľa, ktorý je zároveň ich strategickým partnerom, dokáže nielen uspokojiť ich potreby, ale predvída udalosti a popritom im uľahčí prácu. Výsledkom znalosti potrieb zákazníka na úrovni partnerstva je vytváranie väčších hodnôt s menším úsilím (The Power Of Less). „Tradičný dodávateľský reťazec je vnímaný ako rovná cesta, ktorá má začiatok a koniec. Predstavuje však len časť celého príbehu. Udalosti, jednotlivé kroky, nie sú vytrhnuté z kontextu, reagujú jedna na druhú.

Napríklad kamióny sa často vracajú nevyužitú, tzn. „prevádzajú vzduch“. Spotrebný tovar ide do obchodov, ale ich prepravné a ochranné obaly sa musia recyklovať. Poškodené výrobky sa vracajú dodávateľom. Najväčšie výzvy dodávateľského reťazca sú cirkulárne. Tvoria uzavretý kruh. Iba keď začnete rozmýšľať v cykle, uvidíte celý obraz,“ uviedla M. Červenák. Dobrým príkladom z dielne DS Smith je cyklus od návrhu produktu cez jeho výrobu, dodávku až po recykláciu po použití. „(Ne)obyčajná“ kartónová škatuľa sa z regálu po použití, recyklácii a premene na nový obal môže vrátiť späť na ten istý regál už do dvoch týždňov!

Dodávateľský cyklus je prvým predpokladom holistického prístupu k obalom a logistike. Ďalším rozhodujúcim spojením sú integrované obalové riešenia. Ak stále rozmýšľate

o primárnych, sekundárnych a terciárnych obaloch, sťažujete si svoju prácu. Existuje iba jeden typ obalu, ktorý funguje naraz a na všetkých úrovniach. Môžete obal použiť ako display? Môžete ho zaťažiť? Môžete ho použiť ako paletu? Kombinácia rôznych materiálov a spôsobov využitia poskytuje elegantné riešenia.

Nulový okamih pravdy

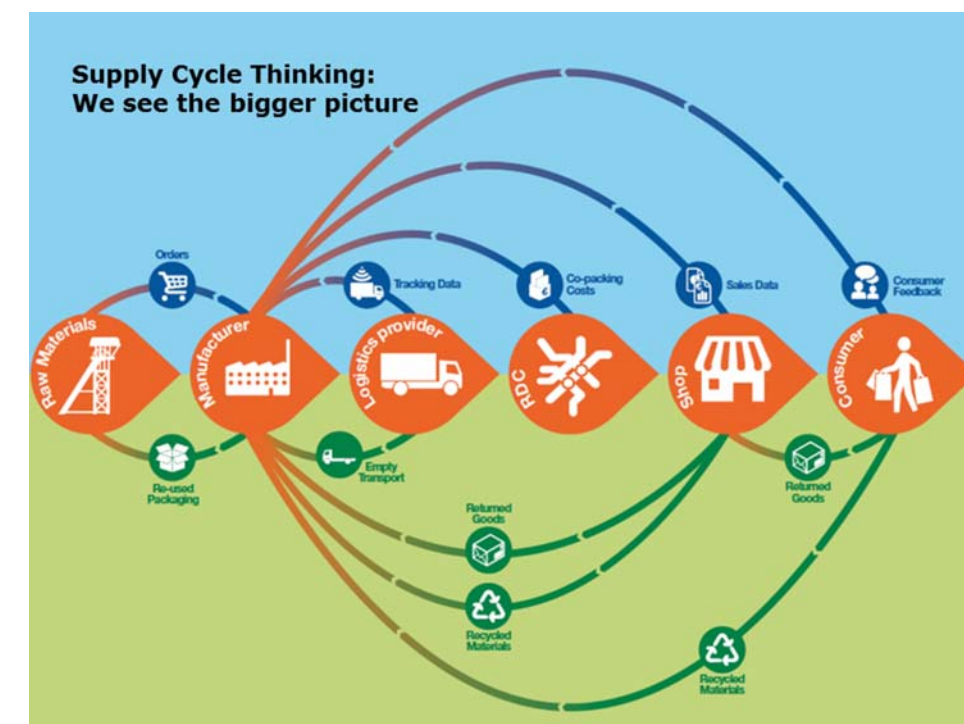
Moment, kedy si zákazník vyberá tovar z regálu, alebo kliká na tlačidlo „Vložiť do košíka“. Moment pravdy. „My veríme, že existujú aj iné kritické okamihy pravdy, ktoré sú často prehliadnuté a dejú sa ešte predtým, ako sa tovar dostane do regálov. Cesta, ktorú výrobok prejde od výrobných linky po policu je často rizikovejšia a nákladnejšia ako dodávka z Číny do Európy. Navyše povestná „posledná míľa“ je často väčším bojiskom ako

regály so všetkými pútačmi a in-store promotion. Na poslednej míli vyhrávajú také grafické a ergonomické riešenia obalov, ktoré zamestnanci skladov ľahko nájdú, rozpoznávajú, presunú a doplnia police. V tomto kontexte sú dôležité údaje na obaloch. Dôležité tak, ako jeho obsah. „Vyrábame obaly, ktoré sú súčasne čitateľné ako pre roboty za tisíce EUR, tak aj pre obyčajných ľudí. Urýchľujeme ich cestu k zákazníkovi a vieme aj späť získať kritické informácie o ich pohybe,“ spomína M. Červenák.

Agilné balenie v priestore a čase

Obal by nemal byť len pasívnou súčasťou výroby. Obalové riešenia majú aktívne, agilne zvyšovať a podporovať efektivitu celého dodávateľského cyklu. Zároveň musia byť dostatočne flexibilné, aby dokázali zvládnuť budúce výzvy. Výroba ani retaileri nechcú zbytočné skladové zásoby, v ktorých sú viazané prostriedky. Preto častejšie využívajú just-in-time dodávky. Avšak sú dôležitejšie category management a plány, než systémy v skladoch? Pritom už dnes máme potrebné znalosti a schopnosti, ktoré pomôžu ušetriť obrovské náklady znížením priestoru potrebného pre stroje a tovar. Už pri návrhu paletizácie berieme do úvahy popri bezpečnosti konštrukcie aj najvhodnejšie využitie priestoru. To je holistický prístup a myslenie „just-in-space“.

Celosvetovým trendom je skracovanie dodávateľského cyklu, reorganizácia výroby, priestoru a času. Preto sa výroba presúva z globálnej úrovne na lokálnu. Hyperlokálny pohľad je obchodným modelom budúcnosti. Popri faktore času sa dostáva do popredia aj blízkosť k zákazníkovi, tým i znižovanie uhlíkovej stopy a znižovanie negatívnych dopadov na životné prostredie. „Takmer 70% našich zákazníkov je lokálnych a dokonca aj



pri nadnárodných zákazníkoch prebieha spolupráca na miestnej úrovni. Toto sa vzťahuje aj na zavedenie nových technológií. V konečnom dôsledku rozhoduje hyperlokálny pohľad,“ konštatovala M. Červenák.

Dodávateľský cyklus

Zastaraný pojem dodávateľský reťazec je plný nevyužitých nástrojov. Dodávateľský cyklus ich však všetky prináša na svetlo sveta. Zjednotený, holistický prístup a myslenie v zmysle „The Power of Less“ prinášajú výsledky. Nie je to tak dávno, čo DS Smith a jeden britský nadnárodný reťazec z oblasti potravín a módy dosiahli nulový odpad vďaka inovatívnym obalom a spätnému odvozu obalov. Firmy sa musia snažiť pochopiť zákazníkov, kontext, pozadie potrieb od materiálu až po konečného užívateľa. Zákazník si zasa musí byť istý, že hoci spolupracuje s niekoľkými ľuďmi, s istou časťou spoločnosti, vždy je za nimi celý tím a know-how celej spoločnosti. M. Červenák pokračuje: „Pýtame sa, hľadáme odpovede. Vypočujeme si, kde zákazníka tlačí topánka, rozmýšľame, provokujeme, pretvárame normy „vytesané do kameňa“, a ponúkame partnerom

lepšie, účinnejšie riešenia, vyhovujúce požiadavkám rýchle sa meniaceho podnikateľského prostredia. Posúvame hranice spolupráce. Spoločne môžeme rásť rýchlejšie ako samostatne.“

red, foto: red, DS Smith

instore

PREDSTAVUJEME DS SMITH

Spoločnosť založil David S. Smith v roku 1940, keď v Londýne otvoril výrobu kartónov. V zmysle holistického prístupu do portfólia postupne pribúdali papiere, výrobcovia obalov, veľkoobchod. Akvizičná vlna začínajúca v osemdesiatych rokoch vyvrcholila v polovici roka 2012 kúpou konkurenta – obalovej divízie švédskeho gigantu SCA za približne 1,6 miliardy EUR. V súčasnosti dosahuje DS Smith ročný obrat 3,7 miliardy libier a zamestnáva vyše 20000 ľudí po celom svete. Obaly, papier, spracovanie plastov a recykláciu ako jeden celok od konca roka 2013 spája nové logo DS Smith. Nová značka vyjadruje novú identitu a prísľub, že spoločnosť DS Smith zjednoduší život svojim zákazníkom. Je znakom kvality a efektivity vo všetkom, čo robí.

(pti)