



LOGISTYKA

Dział Zarządzania Łańcuchem Dostaw

Katarzyna Krupa

Kierownik Działu Zamówień Magazynowych

Lublin, 29.05.2015

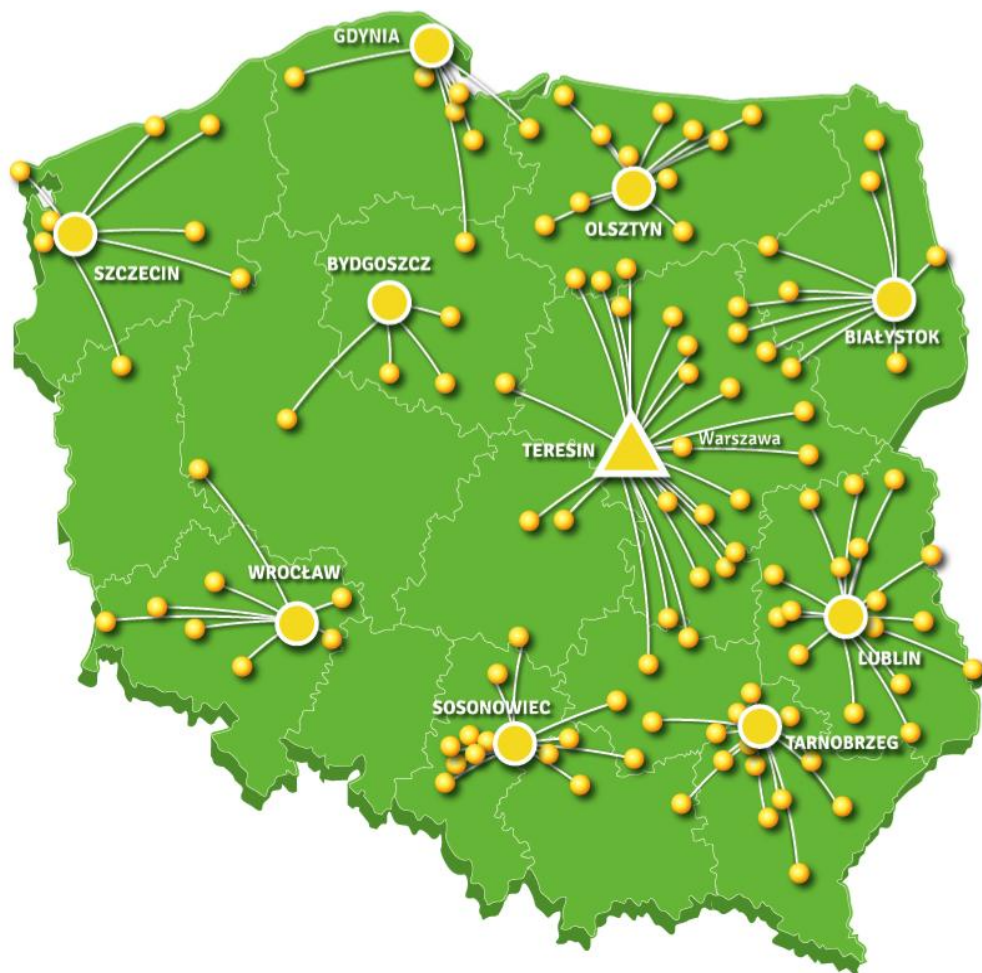
Dział Zarządzania Łańcuchem Dostaw

AGENDA:

- 1) Sieć logistyczna Stokrotki
- 2) DZŁD - Struktura organizacyjna, odpowiedzialność, mierniki
- 3) Dział Zamówień Magazynowych
- 4) Dział Zamówień Sklepowych



1. Sieć logistyczna Stokrotki



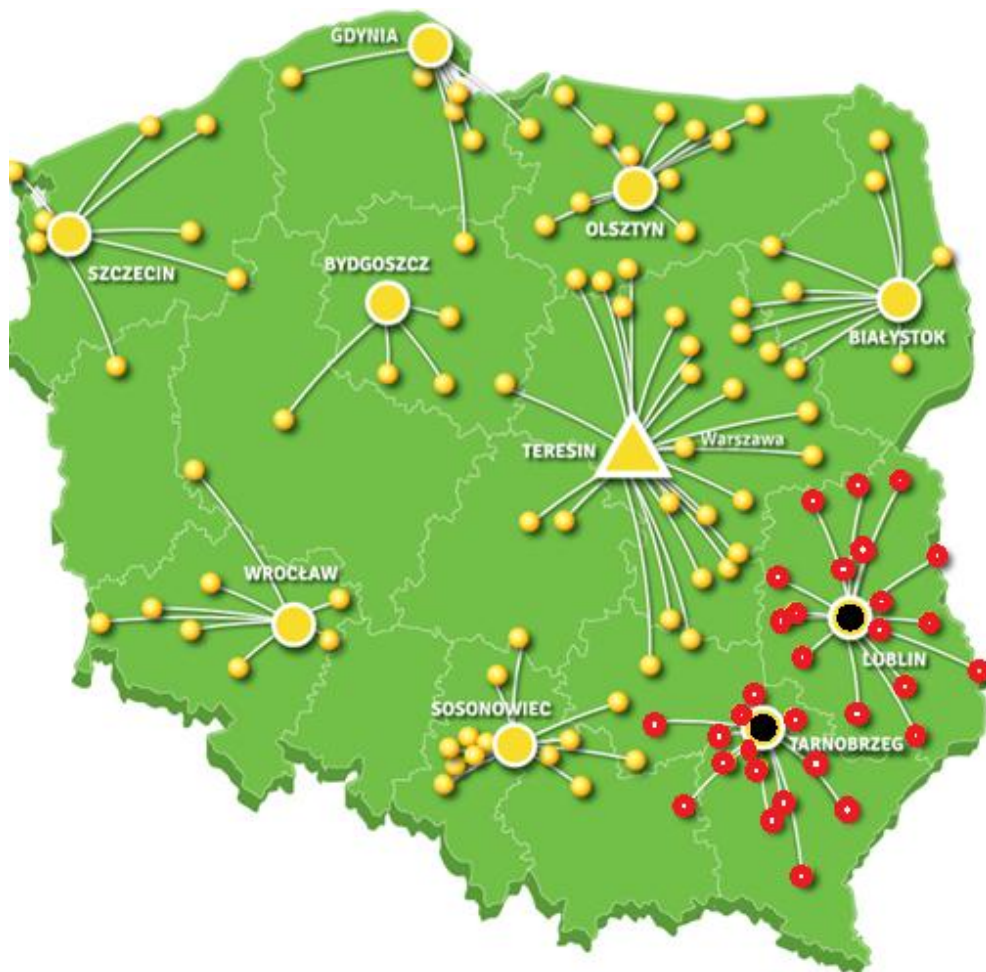
Magazyn centralny:

- Teresin – 27 156 m²

Magazyny regionalne:

- Lublin – 2 888 m²
- Sosnowiec – 1 249 m²
- Białystok – 1 150 m²
- Bydgoszcz – 1 047 m²
- Olsztyn – 992 m²
- Suchy Dwór – 861 m²
- Szczecin – 861 m²
- Wrocław – 701 m²
- Tarnobrzeg – 916 m²

1. Sieć logistyczna Stokrotki



CD Lublin będzie obsługiwało sklepy z xD Lublin oraz xD Tarnobrzeg

W całości obsługiwane z CD Lublin będą:

- owoce i warzywa
- mięso

Częściowo obsługiwane będą:

- produkty spożywcze suche
- non food
- nabiał
- wędliny

1. Sieć logistyczna Stokrotki

Magazyn centralny w Teresinie:

powierzchnia **ok. 27 000 m²**

- składowanie asortymentu ogólnokrajowego
- codzienne transporty do magazynów regionalnych
- dostawy bezpośrednio do przypisanych sklepów



Magazyny regionalne:

Łączna powierzchnia **ok. 9 000 m²**

- składowanie części asortymentu
- przeładunki transportów z magazynu centralnego
- dostawy bezpośrednio do przypisanych sklepów



1. Sieć logistyczna Stokrotki

Magazyn centralny w Teresinie:

- **chłodnia** umożliwiająca utrzymanie trzech różnych zakresów temperatur (0-8°C) dla osobnego składowania nabiału, mięsa oraz owoców i warzyw. Powierzchnia: 5 572 m²
- **zamknięty magazyn** do składowania alkoholi, kosmetyków, chemii gospodarczej. Powierzchnia: 2 421 m²
- **główny magazyn** na produkty spożywcze i pozostałe. Powierzchnia: 18 091 m²
- pomieszczenia biurowe i socjalne. Powierzchnia: 1 072 m²



1. Sieć logistyczna Stokrotki

Transport **główny** z magazynu centralnego:

- **ok. 50 transportów** dziennie do magazynów regionalnych
- **ok. 1 500 palet** każdego dnia
- zewnętrzny: usługa transportowa zlecona



Transport **końcowy** do sklepów:

- **6 razy** w tygodniu dostawa do sklepów oferty świeżej,
3-6 razy w tygodniu dostawa oferty suchej
- **ok. 2 300 palet** **dziennie**
- długoterminowy najem 44 nowoczesnych aut DAF oraz 8 IVECO
- zabezpieczenie niezbędnych zapasów towarów masowych oraz od dostawców regionalnych



2. DZŁD – Struktura organizacyjna, ...

Dział Operacyjny:

- 4 Makroregiony
(256 sklepów własnych)
- Dział Wsparcia Operacyjnego Sklepów
- Dział Informatyki
- **Dział Zarządzania Łańcuchem Dostaw**
- Dział Logistyki
(1 Centrum Dystrybucyjne, 9 magazynów regionalnych)



2. DZŁD – Struktura organizacyjna, ...

Działu Zarządzania Łańcuchem Dostaw:

- Dział Zamówień Magazynowych (11 os.)
- Dział Zamówień Sklepowych (7 os.)

Odpowiedzialność, mierniki:

- 1) Dostępność towarów w sklepach** – potencjał sprzedaży
- 2) Poziom zapasu** w sklepach i magazynach
- 3) Poziom strat** w sklepach i magazynach



3. Dział Zamówień Magazynowych

DZIAŁ ZAMÓWIENI MAGAZYNOWYCH to:

1. zamawianie towarów pod bieżącą sprzedaż
2. zapewnienie dostępności towarów pod kontraktacją i okresy ekspozycyjne
3. wyjaśnianie bieżących problemów z zamówieniami (m.in. braki w realizacji)
4. koordynowanie zwrotów do dostawców towarów non-food
5. estymacja zakupów dealowych
6. analiza opłacalności zamawiania towaru do magazynów regionalnych
7. estymacja zakupów na okresy specjalne
8. wyliczenie kar za braki w realizacji dostaw



3. Dział Zamówień Magazynowych

DZIAŁ ZAMÓWIEŃ MAGAZYNOWYCH to:

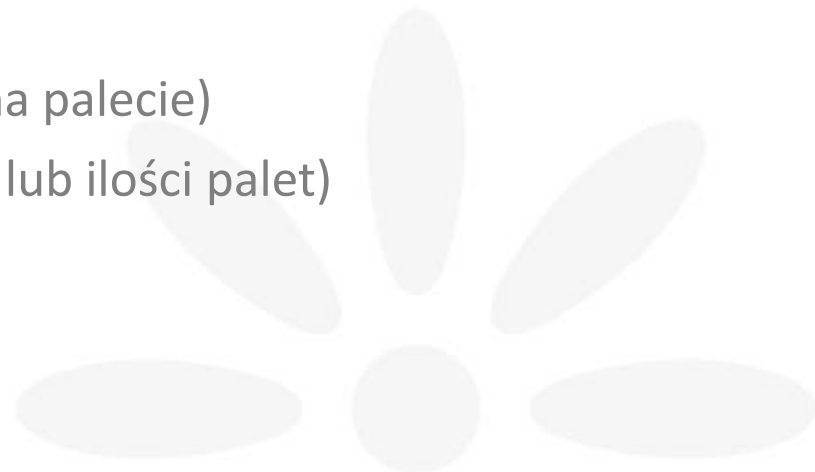
1. 11 osób
 - 5 – asortyment suchy
 - 1 – nabiał
 - 1 – non-food
 - 3 – mięso, wędliny, ryby, garmazierka
 - 1 – owoce i warzywa
2. ok. 12.000 indeksów
3. ok. 800 dostawców
4. ok. 85 % wszystkich towarów w sklepach
5. ok. 40.000 palet miesięcznie
6. zamówienia na 10 magazynów



3. Dział Zamówień Magazynowych

DANE POTRZEBNE DO ZŁOŻENIA ZAMÓWIENIA:

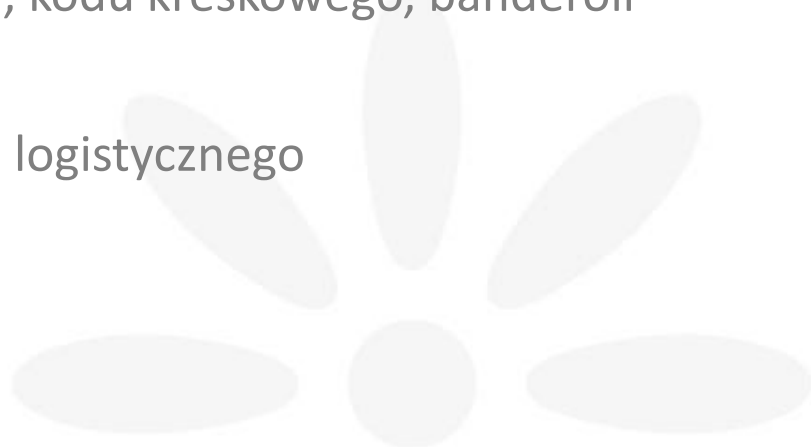
1. średnia sprzedaż dla danego towaru
2. zapas w sklepie
3. zapas w magazynie
4. towar w drodze do magazynu
5. maksymalny termin przydatności do spożycia
6. parametry logistyczne towaru
(ilość szt. w opakowaniu, warstwie, na paletie)
7. minimum logistyczne dostawcy (w zł lub ilości palet)
8. grafik dostaw



3. Dział Zamówień Magazynowych

NAJCZĘSTSZE PROBLEMY, Z KTÓRYMI ZMAGA SIĘ PLANISTA:

1. dostawa towaru z krótszym terminem przydatności do spożycia niż wymagany
2. dostawa innego towaru niż w zamówieniu
3. brak realizacji zamówienia przez dostawcę
4. zwrot jakościowy towaru przy dostawie
5. towar dostarczony bez daty ważności, kodu kreskowego, banderoli
6. nadwyżka w dostawie
7. brak możliwości spełnienia minimum logistycznego
8. niewłaściwe dane logistyczne towaru



3. Dział Zamówień Magazynowych

ESTYMACJA ZAKUPÓW DEALOWYCH:

CEL: otrzymanie dodatkowych rabatów przy zwiększonych zakupach

DANE potrzebne do wyliczeń:

- średnia sprzedaż
- zapas w całym łańcuchu dostaw
- najbliższe akcje promocyjne
- termin przydatności do spożycia
- propozycja zakupu
- wartość korzyści z zakupu



3. Dział Zamówień Magazynowych

ANALIZA OPŁACALNOŚCI ZAMAWIANIA TOWARU DO MAGAZYNÓW REGIONALNYCH

CEL: zmniejszenie kosztów logistycznych (transport, magazynowanie, kompletacja)

DANE potrzebne do analizy:

- średnia sprzedaż dla danego magazynu regionalnego
- minimum logistyczne
- cena
- wolna powierzchnia magazynowa
- koszty magazynowania, kompletacji, transportu



3. Dział Zamówień Magazynowych

ESTYMACJA ZAKUPÓW NA OKRESY SPECJALNE

1. dane sprzedażowe z 3 ostatnich lat z porównywalnych okresów
2. analiza strat w poprzednich okresach specjalnych
3. bieżąca sprzedaż
4. analiza zamówień składanych przez sklepy
5. przygotowanie prognozy total oraz w podziale na każdy dzień



4. Dział Zamówień Sklepowych

DZIAŁ ZAMÓWIENI SKLEPOWYCH to:

1. grafik zamówień i dostaw
2. parametryzacja automatu zamawiającego towar (bufory, mnożniki średniej, średnie dniowe, minimum na półce, zamawiaj po)
3. prognozowanie sprzedaży i kontraktacja produktów promocyjnych
4. zamówienia centralne
5. okresy ekspozycyjne – stojaki i ekspozycje na sklepach
6. rozpisywanie oferty specjalnej z magazynu
7. rozliczanie sald opakowań
8. prognozowanie wielkości zamówień na kolejny tydzień
9. analiza parametru zamawiaj po



4. Dział Zamówień Sklepowych

Grafik zamówień i dostaw to schemat przedstawiający:

- informacje z jaką częstotliwością mają się generować zamówienia
- dni, w które mają się generować zamówienia
- dni, w których będzie zrealizowana dostawa

Prawidłowe zdefiniowanie grafiku zamówień i dostaw dla danego dostawcy jest niezbędnym warunkiem generowania się zamówień.

brak grafiku = brak zamówień = brak towaru

A large, faint, light gray version of the 'stokrotka' flower logo is positioned in the bottom right corner of the slide.

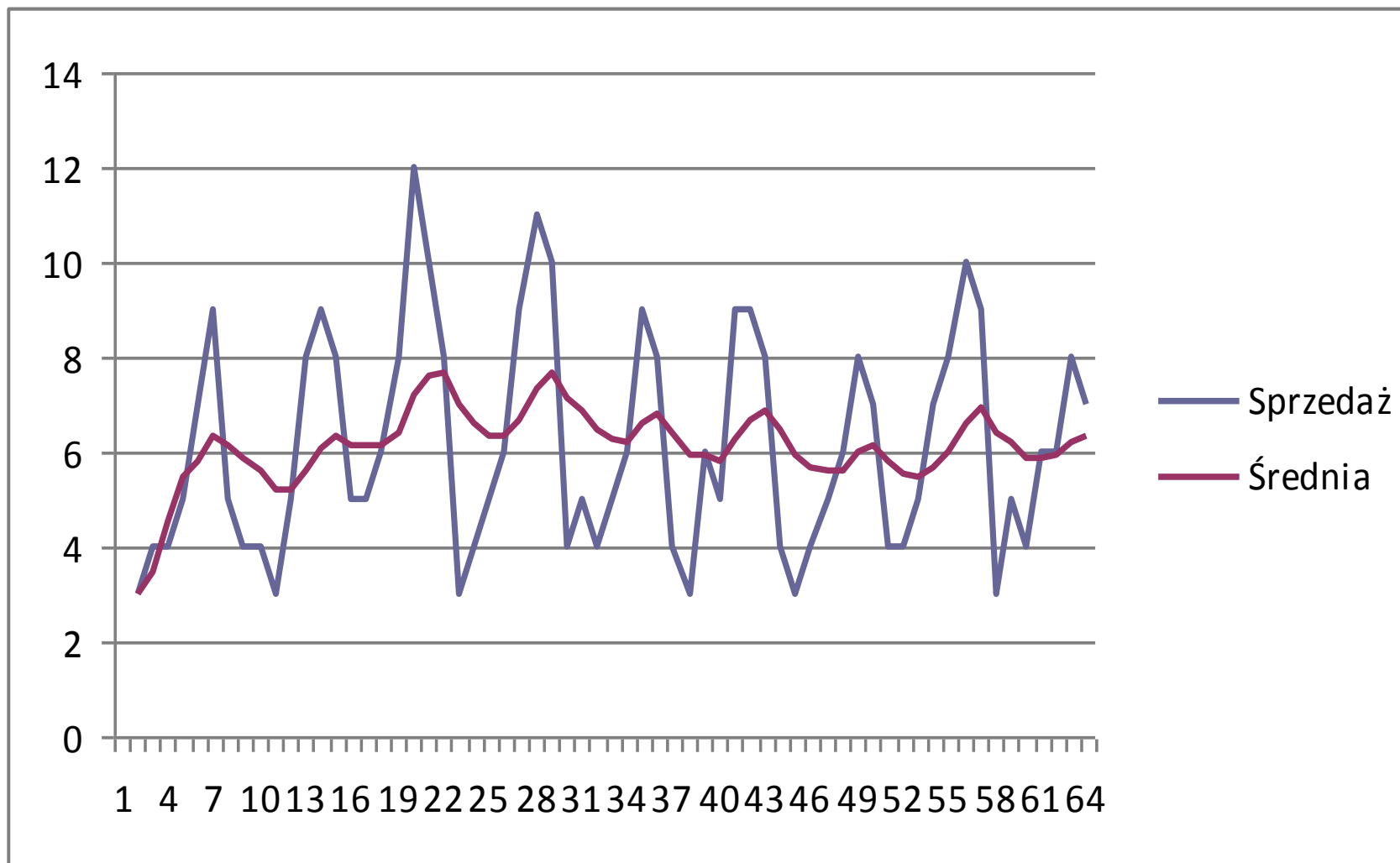
4. Dział Zamówień Sklepowych

Zamówienia automatyczne – parametry:

- średnia sprzedaż systemowa
- stan magazynowy
- minimum na półce
- zamawiaj po
- wyliczanie parametru „na dni”
- mnożniki średniej (wskaźniki weekendowe)



4. Dział Zamówień Sklepowych



4. Dział Zamówień Sklepowych

Minimum na półce spełnia podwójną rolę:

- wyzwalacz zamówienia
- minimum prezentacyjne

Zamawiaj po – najmniejsza jednostka zamówieniowa dla danego towaru. Ustawiana jest jako miara główna dla każdego indeksu, ale również możliwe jest sparametryzowanie jej per sklep.

Parametr „na dni” to:

- ilość dni pomiędzy dostawami (liczba wynikająca z grafiku dostaw)
- bufor na asortymencie (podgrupie)
- bufor na częstotliwości dostaw



4. Dział Zamówień Sklepowych

Podział okresów specjalnych:

- święta (Boże Narodzenie, Wielkanoc)
- „czerwone kartki” (np. Boże Ciało, Wszystkich Świętych)
- inne dni specjalne „czarne kartki” (np. imieniny, Dzień Matki)
- przełamanie sezonu (lody, napoje)

Dostępne metody:

- zamówienia centralne
- Kontraktacja – Lista indeksów TOP
- podwyższanie/obniżanie buforów
- podwyższanie/obniżanie wskaźnika sezonowości
- zamrażanie średniej



4. Dział Zamówień Sklepowych

Zamówienia centralne - powody:

- zamówienia na towar promocyjny
- zamówienia pod okresy ekspozycyjne
- zwiększony popyt ze strony sklepu
- rozpisanie towaru z magazynów własnych w celu wyprzedania (typ 3)
- zamówienia w celu uzgodnienia dokumentów



4. Dział Zamówień Sklepowych

KONTRAKTACJA to **umowa** pomiędzy:

- **Producentem/Dostawcą**, który zobowiązuje się do wytworzenia i dostarczenia w wyznaczonym terminie konkretnej ilości produktów określonego rodzaju,
- **Kontraktującym**, który zobowiązany jest do odebrania tych produktów w umówionym terminie i zapłacenia ceny.



4. Dział Zamówień Sklepowych

CELE Kontraktacji:

A. zapewnienie stanów magazynowych towarów w okresie promocji

lub wzmożonego popytu:

- w sklepach
- w magazynach u dostawcy.

**B. Zwiększenie obrotu
sieci.**



4. Dział Zamówień Sklepowych

OKRESY EKSPOZYCYJNE:

Rodzaje stojaków:

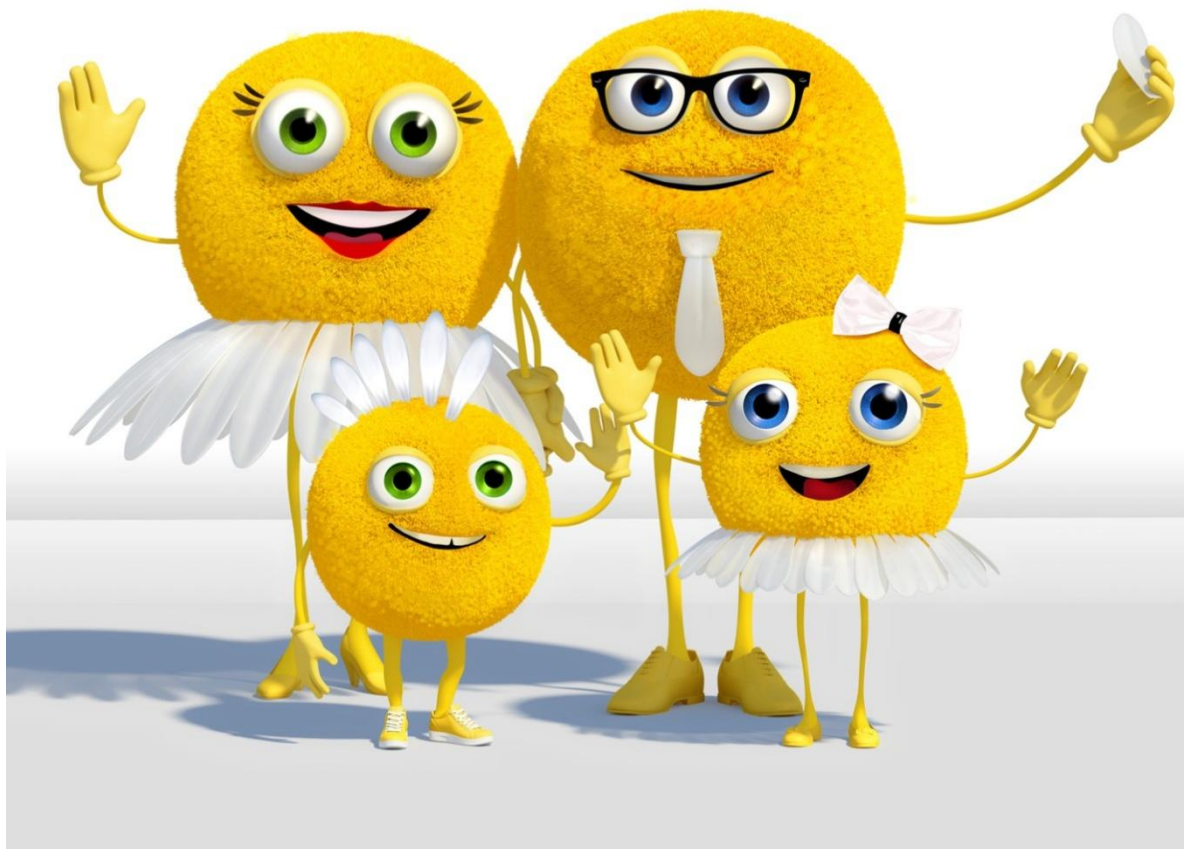
- Stojak z towarem zamawiany centralnie (prepakowany)
- Stojak pusty dostarczony przez Producenta, towar zamawiany centralnie
- Stojak pusty dostarczony przez Producenta, towarowanie ze stanów sklepów

Wielkość ekspozycji paletowych:

- 1/4 palety
- 1/2 palety
- 1 paleta



Stokrotka – zakupy jak z płatka





Dziękuję za uwagę!