

FMCG to wyzwanie dla logistyka

Zaplanowanie optymalnego i efektywnego łańcucha dostaw dla produktów szybko zbywalnych — FMCG — to dla logistyków i firm logistycznych prawdziwe wyzwanie. Specyficzne cechy zarządzania tymi produktami, takie jak: znakowanie żywności, serie, partie, daty, kody czy nadzór nad jakością, mają bezpośredni wpływ na stopień skomplikowania operacji magazynowych i transportowych tych produktów.

FRYDERYK MICHTA

Zrzeszenia producenckie oraz instytucje nadzorujące wciąż wprowadzają na produktach nowe oznakowania i informacje dotyczące warunków przechowywania, składu, wymogów składowania i transportu. Te wszystkie działania mają gwarantować bezpieczeństwo produktu oraz stały nadzór nad jego jakością. Na operatorze logistycznym wymusza to z kolei podjęcie działań procesowych pozwalających właściwie zarządzać wszystkimi elementami łańcucha logistycznego.

SPECYFICZNE CECHY RZĄDZĄCE BRANŻĄ FMCG W POLSCE

Powyższe działania powodują, że systemy operacyjne operatorów logistycznych wraz z rozwiązaniami IT, dedykowane produktom FMCG, muszą integrować wszystkie procesy magazynowo-transportowe, a często nawet produkcyjne. Muszą być elastyczne, gotowe na rozbudowę i innowacje oraz dostosowane do całego otoczenia operacyjno-biznesowego. Operatorzy logistyczni, wraz z dostawcami

usług informatycznych dla logistyki FMCG, muszą na bieżąco weryfikować złożone potrzeby klientów oraz zróżnicowane właściwości produktów.

Z uwagi na specyfikę nowoczesnego łańcucha dostaw, który stanowi około 25 procent rynku zbytu towarów FMCG, konieczne jest również elastyczne podejście do wymagań odbiorców, takich jak sieci handlowe, których

szeroki wachlarz towarowy wymaga na przykład jednoczesnego użycia wszystkich systemów logistycznych, to jest FIFO, FEFO oraz LIFO. Omówione wymagania, w połączeniu ze wzrostem konkurencyjności na naszym rynku, sprawiają, że skracają się terminy dostaw do odbiorców, obserwuje się większe rozdrobnienie struktury dostaw, które coraz częściej muszą przyjeżdżać

nie tylko w wyznaczonym dniu, ale także o określonej godzinie. Te wszystkie warunki muszą być spełnione przy jednoczesnej kontroli kosztów i oszczędności w logistyce.

W przypadku produktów FMCG istotną rolę odgrywa zarówno właściwy proces dostawy do klientów finalnych, jak również odpowiednia procedura zwrotu. O ile standardem jest 97-98-procentowy serwis dostaw, o tyle zwrot z rynku powinien, z uwagi na zwiększone ryzyko takiej przesyłki, być utrzymany na poziomie 100 procent. Ze względu na fakt, że wiele z tych produktów ma bezpośredni wpływ na zdrowie ludzkie, stosowane są odpowiednie metody zarządzania „traceability”. Jednolita polityka łącząca producenta, operatora i odbiorcę, procedury awaryjne, systemy, interfejsy w znacznej mierze zastępują używane dotychczas dokumenty.

OCZEKIWANIA KLIENTÓW: OSZCZĘDNOŚĆ A JAKOŚĆ

Ważnym elementem współczesnej polityki oszczędnościowej w logistyce towarów FMCG jest ograniczanie zapasów, nawet przy rosnącym wolumenie wysyłek.





Aby to umożliwić, konieczne jest bieżące planowanie i sterowanie sprzedażą, produkcją, ilością oraz strukturą dzienną dostaw i wysyłek. Wymaga to od wszystkich uczestników łańcucha dostaw kooperacji działów: planowania, produkcji, sprzedaży, logistyki. W związku z tym wykorzystuje się coraz częściej odpowiednie oprogramowanie informatyczne oraz złożone procedury planowania potrzeb. Ponieważ bardzo często wykraczają one poza standardowe funkcje systemów, kluczowa staje się ich elastyczność.

System informatyczny projektu FMCG musi być również przygotowany do szybkiego i „nieograniczonego” rozbudowywania bazy danych źródłowych, mnogości raportów i użytkowników. To wszystko, w połączeniu z ciągłymi udoskonaleniami,

może być właściwie prowadzone tylko przy pomocy bardzo zaawansowanego oprogramowania.

Na oszczędność klienta branży FMCG wpływa również wprowadzanie programów integracji systemów IT w relacjach Producent–Operator–Klient. Na szeroką skalę wdraża się systemy ERP (Enterprise Resource Planning), WMS/TMS (Warehouse/Transport Management System) oraz RFID, które nie tylko pomagają obniżyć koszty, ale również umożliwiają lepsze śledzenie jednostek towarowych. Systemy RFID mają dodatkową zaletę dla producenta — pozwalają wyeliminować z rynku towary podrabiane, co w znacznej mierze przyczynia się również do oszczędności.

Oczywiście wszystko, co dzieje się w „wirtualnym” magazynie (tj. systemie), ma swoje odbicie

w magazynie rzeczywiście istniejącym. Oznacza to, że wszelkiego rodzaju uwarunkowania muszą być odpowiednio przekazane ludziom, nadzorowane i sprofilowane. Muszą istnieć: klarowny system oceny poprawności procesu, mapy procesu, narzędzia kontrolne itd. Aby zminimalizować ryzyko błędów, równolegle stosowane są ponadto rozwiązania IT. W procesie kompletacji możemy spotkać coraz częściej Voice Picking, RFID.

Podsumowując, oferta logistyczna dla dzisiejszego Klienta FMCG musi łączyć w sobie dwa główne cele: oszczędzamy i podnosimy jakość naszych usług.

DOŚWIADCZENIA WINCANTON

Efekty biznesowe i korzyści

z dokonujących się zmian na rynku logistycznym FMCG to:

- szybsza realizacja operacji transportowo–magazynowych,
- obniżenie ryzyka błędów,
- integracja procesów transportowo–magazynowych z produkcyjnymi,
- optymalizacja miejsca zarówno w magazynie, jak i w transporcie.

Pozwala to firmie wychodzić naprzeciw oczekiwaniom dzisiejszego klienta i przy utrzymaniu dotychczasowego poziomu kosztów, zagwarantować skuteczniejszy i dokładniejszy serwis. Wszystkie wyżej wymienione działania to element istniejącego już procesu. Aby można było osiągnąć właściwą równowagę pomiędzy często wykluczającymi się celami, to jest optymalizacją

zacji kosztów a podwyższonym poziomem usług, konieczne jest właściwe zweryfikowanie potrzeb, zaplanowanie i wdrożenie projektu logistycznego. To najistotniejszy element procesu dla klientów z branży FMCG. Każde projektowanie rozwiązania, szczególnie w tej trudnej branży, Wincanton rozpoczyna od:

- analizy struktury dystrybucji na nowym rynku lub w realiach nowej strategii klienta,
- przygotowania na bazie planów i danych historycznych najefektywniejszej i najtańszej propozycji usytuowania centrów dystrybucyjnych,
- ustalenia optymalnej ilości i architektury magazynów,
- planowania długości kanałów dystrybucji, ilości szczebli pośrednich, HUB-ów przeładunkowych itd.,
- przewidywania wahań, sezonowości, odstępstw od zasad,
- określenia najlepszych stan-

dardów obsługi klienta w zależności od segmentu rynku, produktu, ilości i sposobu dostaw, a także różnorodności asortymentowej,

- określenia najlepiej dopasowanych do specyfiki Klienta systemów informatycznych, raportów itd.,
- analizy ryzyk, jakie potencjalnie mogą się pojawić, i opracowania metod zapobiegania.

Na bazie zebranych danych i analiz przeprowadzonych wspólnie z klientem, firma buduje długoterminową strategię logistyczną. Następnym krokiem jest wdrożenie, które poprzedzone jest przygotowaniem dokładnego opisu procesów — Mapy Procesów, zbudowaniem grupy wdrożeniowej, powołaniem lidera grupy, ustaleniem punktów o podwyższonym ryzyku, zbudowaniem harmonogramu wdrożenia i w efekcie ciągłym nadzorowaniu wszystkich kroków

wdrożenia. Grupa wdrożeniowa to zawsze zespół fachowców z wielu działów, z których każdy ma jasno określone zadania i poziom odpowiedzialności za poszczególne etapy, co z kolei gwarantuje wyeliminowanie ryzyka opóźnień lub niepowodzenia wdrożenia projektu.

Wincanton daje klientom dodatkowe, poza wymienionymi powyżej, możliwości oszczędnościowe z uwagi na zdobyte know-how oraz doświadczenie i przede wszystkim szeroką grupę obsługiwanych projektów FMCG, pozwalającą na wykorzystanie efektu skali, minimalizację kosztów dystrybucji, lepsze wykorzystanie powierzchni magazynowej i transportowej, możliwość wykorzystania bardziej zaawansowanych narzędzi informatycznych, które często są zakupione na potrzeby kilku lub kilkunastu projektów, jak również możliwość wykorzystania sytuacji powtarzalnych.

tów naszej konkurencji. Używamy do tego zarówno narzędzi wewnętrznych, jak i pomocy firm konsultingowych, działających na rynkach FMCG całego świata.

Warto nadmienić, że nad wszystkimi fazami projektu logistycznego z branży FMCG działają systemy jakościowe ISO i HACCP oraz wszelkie wymagane wewnętrznie procedury dobrych praktyk magazynowo-transportowych.

W efekcie łańcuch dostaw dla Klientów FMCG realizowany przez Wincanton można nazwać Łańcuchem Wartości. Klient dostaje usługę, której mierzalnym efektem jest nie tylko dostarczenie towaru na czas i miejsce, ale przede wszystkim efektywny, optymalny i oszczędny system logistyczny. Naszym głównym zadaniem jest nie tylko organizacja przepływu towarów klientów FMCG, ale przede wszystkim zachowanie pełnej integralności systemów, od momentu przyjęcia towaru, do momentu wydania. Kryteriami oceny właściwej realizacji zleconego zadania nie są ani przyjęcie, ani wydanie towaru czy potwierdzenie dokonanej dostawy do Klienta. Efekt oceniany jest w perspektywie dłuższego terminu, na bazie zgodności i poprawności dostaw, zweryfikowanych przez odbiorców i nadawcę, na wiele dni po dostarczeniu przez Wincanton towaru.

Zarówno dokładność dostaw, jak i pozostałe elementy procesu logistycznego są mierzone i sparametryzowane w tak zwanych wskaźnikach KPI. Rodzaj wymaganych wskaźników jest zawsze uzgadniany z klientem, monitorowany i analizowany wspólnie w trakcie współpracy. Aby móc działać zgodnie z omówionymi zasadami, Wincanton wychodzi zawsze z założenia, że dla każdego klienta FMCG system logistyczny jest równie ważny, jak sama produkcja. ■

Fryderyk Michta, business development manager, Wincanton

REKLAMA



ODiTK
Ośrodek Doradztwa i Treningu Kierowniczego
www.oditk.com.pl

20% rabatu dla czytelników "Logistyka a Jakość"

Ośrodek Doradztwa i Treningu Kierowniczego
ul. Heweliusza 11, 80-890 Gdańsk
tel. (58) 326 24 29
e-mail: konferencje@oditk.com.pl

- Logistyka zaopatrzenia i dystrybucji
- Zarządzanie zapasami
- Controlling dla niecontrollerów
- Spedycja dla logistyków
- Zarządzanie magazynem
- Negocjacje dla kupców
- Zarządzanie łańcuchem dostaw - supply chain management
- Zarządzanie produkcją – warsztaty

CEL: DOSKONAŁOŚĆ ŁAŃCUCHA DOSTAW

Z uwagi na politykę Wincanton oraz wymagania klientów branży FMCG, celem firmy jest osiągnięcie na poziomie każdego projektu logistycznego najwyższej jakości — Doskonałości Łańcucha Dostaw. Aby to było możliwe, projekt jest podzielony na cztery główne elementy, z których w dwa pierwsze zaangażowane są największe siły, czas i zdobyta wiedza:

1. Planowanie
2. Wdrożenie
3. Procesy Operacyjne
4. Monitoring

Aby móc właściwie zweryfikować poprawność działania wszystkich elementów składowych projektu, weryfikujemy informację zwrotną z rynku. Interesuje nas zarówno opinia naszych kontrahentów, jak i klien-