

Podstata SCM

Supply Chain Management (SCM) představuje kooperující, integrované řízení celého dodavatelského řetězce ve smyslu „getting partners together“, jinými slovy „collaborative business“.

Abychom mohli analyzovat řízení a pak hlavně vybudování dodavatelského řetězce, musíme nejprve poznat jeho podstatné činitele, znaky, prvky a aspekty.

Čistě z hlediska názvu Supply Chain by předmětem řízení dodavatelského řetězce měl být pouze přísun surovin, dílů a komponent včetně patřičných informací k výrobci. Toto pojetí omezené na opatrovací stranu podniku je však dnes překonané, neboť již existuje rozsáhlý integrující software a technologie, které průběžně digitalizují a automatizují podnikové informační, obchodní a transakční procesy přes podnikové hranice: od dodavatelů přes odběratelské nebo výrobní podniky, různé tržní partnery až k distribučním partnerům a konečným zákazníkům. Tím se dosáhne lepší efektivity a vyšší spokojenosti všech propojených partnerů a finálních zákazníků. Supply chain management je tedy dodavatelský řetězec od subdodavatelů až po finální zákazníky.

SCM představuje strukturu a funkce dodavatelského řetězce, lépe vyjádřeno síť, kterou zkonstruuje (vytvoří) a řídí (provozuje) management, tedy organizovaná skupina kvalifikovaných lidí schopných plánování, organizování, rozhodování a kontroly různých aktivit za účelem splnění cílů. Jsou to managementy všech partnerů v síti.

K hlavním cílům SCM patří tvorba přidaných hodnot podél celého řetězce, resp. v celé dodavatelské síti, proto se SCM síť nazývá také Value Net.

SCM neznamena jen výlučně řízení logistiky, i když tato funkce je hlavním prvkem působnosti SCM. Zabývá se i dalšími úkoly, které přímo i nepřímo souvisí s logistikou – vývojem výrobků, opatrováním, skladováním, výrobou, marketingem, controllingem, distribucí, školením a vztahy s partnery. A to na strategických, taktických a operativních úrovních, uvnitř podniku i přes jeho hranice, v síti SCM, a i s jinými sítěmi SCM a řetězci.

SCM působí jak ve svém podniku, tak i v sítích smluvních, různými technologiemi propojených partnerů.

Tato formální síť může mít různou sociální, sociálně-technickou a z části i automatickou strukturu ve formě:

- lineárního řetězce od dodavatelů ke konečným zákazníkům,
- hvězdice s lokálním podnikem,
- sítě řetězců.

Tuto síť řídí zpravidla centrálně jeden velký podnik, který se nazývá např. „lokální podnik, integrátor sítě, head player, key player“. Má v SCM rozhodující slovo.

Partnery sítě a tedy integrátory sítě jsou dodavatelé a jejich subdodavatelé, dopravní a expediční podniky, distributoři, až koncoví zákazníci.

Zdroj:

STEHLÍK, Antonín, KAPOUN, Josef. Logistika pro manažery. Praha : Ekopress, 2008. 159 a 160.