

MAGYAR AGRÁR- ÉS ÉLETTUDOMÁNYI EGYETEM

Károly Róbert Campus

Agrár- és Élelmiszergazdasági (AGELG) Intézet



A SANATMETAL KFT. MARKETING ÉS RAKTÁROZÁSI FOLYAMATAI

ZÁRÓDOLGOZAT

Készítette:

Pataki Olívia

O7PDHV

kereskedelem és marketing (logisztika szakirány) felsőoktatási szakképzés

Konzulens:

Dr. Taralik Krisztina

egyetemi docens

Gyöngyös, 2023.04.12

Tartalomjegyzék

Bevezetés.....	1
1. Cég ismertetése	2
1.1. A cég története.....	4
1.2. A cég tevékenysége, termékei	5
1.3. A cég szerkezete, tulajdonosi felépítése	6
2. Helyzetelemzés.....	7
2.1. A cég piaci pozíciójának vizsgálata.....	7
2.2. SWOT elemzés	7
3. A cég kereskedelmi és marketing tevékenysége	12
3.1. Kereskedelmi tevékenysége.....	12
3.2. Marketing tevékenysége	13
4. A Sanatmetal Kft. raktározási folyamatai a steril és a nem-steril termékeknél	15
4.1. Megrendeléstől a készáru raktárig lévő folyamat.....	15
4.2. A készáru raktár nem-steril raktározási folyamata	16
4.3. A sterilizálási folyamat.....	17
4.4. A steril termékek raktározási folyamata	18
5. A Sanatmetal Kft. kiszállítási folyamata.....	19
5.1. A belföldi kiszállítás	19
5.2. A külföldi kiszállítás.....	19
5.3. Szállítmányozás	20
6. Munkaköri leírásom a Sanatmetal Kft.-én belül	22
Irodalomjegyzék.....	23
Táblázatok, ábrák jegyzéke	24

Bevezetés

A szakmai beszámolót, vagy portfóliót az Egerben működő Sanatmetal Kft-ről szeretném írni és az alábbiakban bemutatoma céget, ahol közel 11 évig dolgoztam. Az itt eltöltött idő alatt sok mindent megtanultam, tapasztaltam a logisztika, a raktározás és a cég működésének minden egyéb területén belül. A dolgozat célja, hogy megismertessem a céget a kívülálló emberekkel, hogy hogyan is működik egy orvosi eszközöket gyártó vállalat Magyarországon. Sajnos nagyon sokan kerülnek olyan helyzetbe baleset, vagy csak az idő előrehaladtával, mikor szükséges valamilyen orvosi eszközt igénybe venni. Gondolok itt például törésnél lemezre, vagy protézis beültetésre. Az embereket manapság egyre jobban érdekli, hogy mi hogyan épül fel és hogyan készül, ezért ezzel a dolgozattal szeretném közelebb hozni ezt a kicsit különálló iparágat és a Sanatmetal Kft.-t. Részletekbe menően mutatom be a cég marketing tevékenységét, a késztermék raktározási folyamatait, a kommissiózást és kiszállítási folyamatokat.

A portfóliót először a fent említett cég bemutatással kezdem. Itt ismertetem a vállalat történetét, a cég termékeit és szolgáltatásait, tevékenységi körét, szerkezeti felépítését.

A második részben a cégről készítettem egy SWOT elemzést, melyet pontról pontra ismertetek, hogy mik az erősségei és gyengeségei a cégnek és hogy milyen lehetőségek és veszélyek vannak, amiket érdemes lenne kiaknázni, vagy pedig elkerülni.

A harmadik részben a cég kereskedelmi és marketing tevékenységét részletezem, például az export-import aránya, kik a partnerek. Bemutatom, hogy egy nagyobb cégnél hogyan működik a marketing osztály, milyen marketing tevékenységeket folytatnak.

Az utolsó részben pedig megnézem, hogyan épül fel egy közép vállalat készáru raktára, mi is az a kommissiózási folyamata, hogy működik egy sterilizáló berendezés. A végén pedig a szállítási folyamatokat veszem sorra és ismertetem külön abelföldi és a külföldi kiszállítást.

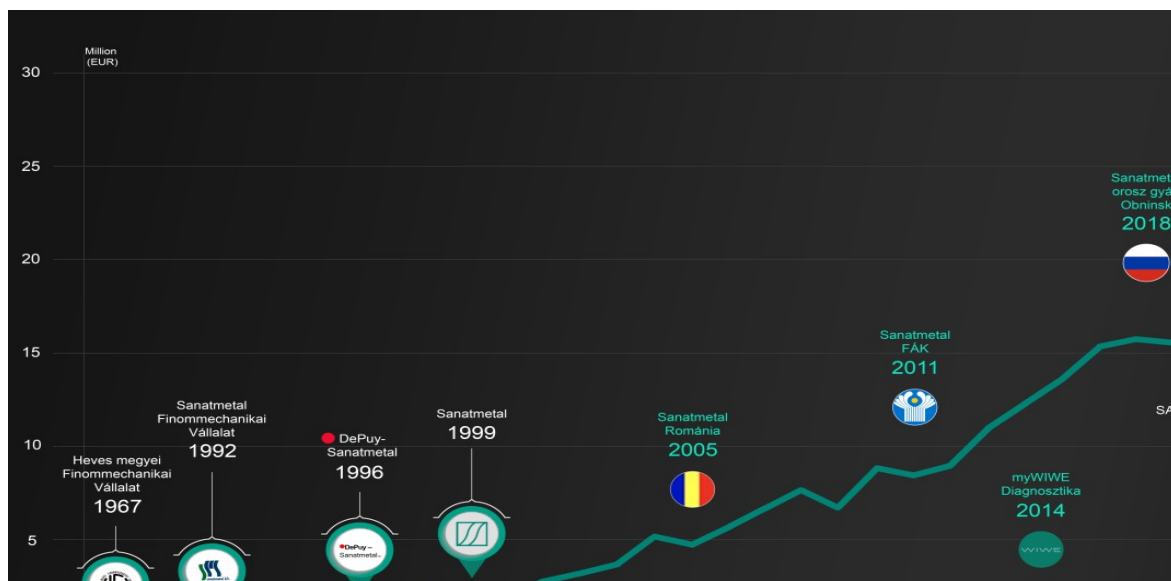
A portfólió végén összegzem a cégnél töltött közel 11 év munkafolyamatait és tapasztalatait.

Azért ezt a témát választottam, mert egy nagyobb vállalatnál kulcsfontosságú szerepet töltenek be a raktározási folyamatok és egy kicsit kívülálló területnek számít egy cég felépítésében. Manapság egyre nagyobb hangsúlyt kapnak a raktározási és a logisztikai folyamatok, a vállalatok kezdik felismerni az ebben rejlő lehetőségeket.

1. A cég története

A Sanatmetal Kft. hosszú utat járt meg, mielőtt elnyerte volna mai felépítését, mely mostanra egy 100%-ban magyar tulajdonú családi vállalkozássá nőtte ki magát. Egerben működik a cég, de több leányvállalata is van pl. Oroszországban, Romániában.

A Sanatmetal Kft. először 1967-ben alakult, akkor még Heves megyei Finommechanikai Vállalat néven. Az 1. ábrán láthatjuk a cég életében bekövetkezett változásokat. A Sanatmetal név, mely gyógyító fémeket jelent hivatalosan 1992-ben indult és azóta folyamatosan fejlődik.



1. ábra: Sanatmetal Kft. története, www.sanatmetal.hu

A cég a Farkas család tulajdonában van, az ügyvezető igazgató Farkas József. A családnak a cég nemcsak egy munka, hanem egy küldetésnek/misszióknak tekintik, mellyel segítik az emberek életminőségét.

Az ügyvezető hitvallása a cégről és a cég küldetéséről:

„A Sanatmetal Kft.-nél, több mint fél évszázada dolgozunk azon, hogy világszínvonalú egészségügyi termékeinkkel javítsuk az emberek életminőségét. A lehető legjobb eredmény elérése érdekében traumatológiai, gerinc és fogászati implantátumainkat, ízületpótló protéziseinket, valamint innovatív diagnosztikai eszközeinket nemzetközileg elismert orvosokkal, világvezető cégekkel együttműködve alkottuk meg. Üzletági jelenlétünket nyitottság és innovatív gondolkodás jellemzi, folyamatosan keressük a fejlődési, együttműködési lehetőségeket. Mindamelllett az is fontos számunkra, hogy a több mint

háromszáz dolgozónknak biztos, szerethető munkahelyet biztosítsunk, ahová nap mint nap öröm bejönni, és dolgozni közös célunkért, az emberek életének könnyebbé tételéért!” (Farkas,1992)

„Küldetésünk:

- Együttműködünk hazai és nemzetközi tudáscentrumokkal, világvezető multinacionális cégekkel
- Világszínvonalú traumatológiai, gerinc, fogászati és csont regenerációs implantátumokkal, ízületpótló protézisekkel javítjuk az emberi életminőséget
- Segítünk megelőzni az értelmetlen elhalálozást innovatív diagnosztikai eszközökkel
- Terjesztjük tudásunkat technológiai transzfer formájában és befektetőként is.
- E küldetésünknek akkor tudunk megfelelni, ha:
- Vevőink és üzleti partnereink elégedettek lesznek
- Munkavállalóink szellemileg és fizikailag is fejlődnek, anyagi juttatásokkal boldogan élnek

- A hazai és nemzetközi környezet elismeri a tevékenységünket.” www.sanatmetal.hu

A Sanatmetal Kft. rengeteg megnyert pályázattal büszkélkedhet, melyek felhasználásával egyre nagyobbra és szerteágazóbbra bővült. Legutóbb megnyert pályázat a GINOP-3.2.2-8.2.4-16-2017-00016, melynek a lényege egy új szoftver alkalmazása, mely használatával nő a versenyképesség a pénzügy, a logisztika és kontrolling területen.

A cég sikerét bizonyítják az a rengeteg elismerő díj és kitüntetés mind hazai, mind nemzetközi szinten, amit a cég eddig kapott. 2022-ben 2 kategóriában is kapott Magyar Brands díjat.

„A Magyar Brands olyan hazai márkákat díjaz, amelyek a magyar vállalkozások méltó képviselői lehetnek határainkon belül és kívül, emellett a hazai és nemzetközi piacon olyan értékeket képviselnek, amelyek a vásárlók számára a megbízhatóságot és a minőséget tanúsítják.” www.magyarbrands.hu



2. ábra: Magyar Brands díj 2022, www.sanatmetal.hu



3. ábra: Minőség-Innováció 2020 (EQQ European Organization for Quality),
www.sanatmetal.hu

Mint ahogy a 2. és a 3. ábra mutatja, szinte minden évben kapja a cég a kitüntetéseket, mind termékfejlesztés, innováció, minőség kategóriában.

1.1. A cég tevékenysége, termékei

A Sanatmetal Kft. tagja a Magyar Egészségipari Gyártók Szövetségének. A szövetség tagjai Magyarországon a 6 legnagyobb 100%-ban magyar tulajdonú vállalat, akiknek nagy szerepük van a hazai egészségügyi ellátásban, a hazai iparban és a nemzetgazdaság fejlődésében.

A vállalat termékcsoportjai nagyon összetett rendszert alkotnak. Különböző kategóriákra vannak osztva:

- traumatológia
- ortopédia
- gerinc
- fogászat
- állatgyógyászat

Az egyes kategóriákon belül is még különböző termékcsaládokra lehet osztani a cég több mint 25 ezer féle terméképl. SWING, Magic, Vortex, SanatRII, A-spire stb. Ezeket a családokat a testtáj más-más részeire lehet alkalmazni. Mindegyik termékcsaládhoz tartozik egy műszertálca készlet és az ebben található műszerekkel lehet csak beműteni az implantátumot. A SWING termékcsalád térd protéziseket tartalmaz cement és cement nélküli változatban különböző méretekben és az ezekhez használható műszertálcákat. A Vortex termékcsalád szinte az egész testen ért törésre kínál megoldást 13 féle változatban pl. VortexDistalTibia, VortexDistalHuerus, VortexHand and Foot lemezek stb.

A vállalat Kutatás- Fejlesztés osztálya nemzetközileg elismert orvosokkal együtt azon dolgozik, hogy minél egyszerűbben használható és a műtési időt minél rövidebb időre csökkentő műtési eszközöket és termékeket fejlesszenek ki.

A cég 2019-ben alapította a Sanat Akadémiát, mely a vállalat termékeiről tart képzést/oktatást a felhasználóknak hazai és nemzetközi szinten. Az Akadémia megalakulásának az oka az egyre szigorodó európai jogszabályok az orvostechnikai iparban és a vevők, kórházak fokozódó nyomása miatt, mert elvárás lett, hogy a gyártók a termékeikről képzést biztosítsanak.

Ezen a képzésen oktatást kapnak az orvosok és nővérek, hogy hogyan kell használni egy-egy termékcsaládot, vagy lemezelési technikát.

Később, akik ezen a képzésen részt vettek segítik a kollégáikat a helyes műtési eljárás elsajátításában és a helyes műtési leírások elkészítésében is nagy szerepük van.

1.2. A cég szerkezete, tulajdonosi felépítése

A Sanatmetal Kft. 100%-ban magyar tulajdonú vállalat, ami már nagyvállalat kategóriába sorolható. A cég egy családi vállalkozás, ahol az ügyvezető igazgató Farkas József és az igazgatótanács tagjai a családtagok.

A cégen belül különböző cégcsoportokat ún. holdingokat hoztak létre. A holding cég azt jelenti, hogy ilyeneket cégcsoporton belül találhatunk, amikor egy cégcsoportnak ugyanaz a személy, vagy személyek a tulajdonosai, vagyis ennél a cégnél Farkas József és gyermekei. Ez a forma cégtípus nem végez önálló termelőtevékenységet, hanem a cég vezetés háttér feladatait látják el, mint például HR, pénzügy. Az ilyen típusú cégnek számos előnye, illetve hátránya van.

A holding cég előnyei:

Diverzifikáció: A holding vállalatok több iparágban és piaci szegmensben működő leányvállalataik révén diverzifikált portfólióval rendelkeznek. Ez lehetővé teszi számukra, hogy kiegyensúlyozzák a bevételi forrásaikat, csökkentsék a kockázatot és javítsák az üzleti teljesítményt.

Közös erőforrások: A holding vállalatok hatékonyabban tudják felhasználni a közös erőforrásokat, például az infrastruktúrát, a szaktudást, a szervezeti kultúrát és az ügyfél táborokat. Ezáltal csökkenthetik a költségeket és növelhetik a hatékonyságot.

Szinergiák kiaknázása: A holding vállalatok a leányvállalataik közötti szinergiák kiaknázásával javíthatják az üzleti teljesítményt. Például az egyik leányvállalat által gyártott termék hasznos lehet a másik leányvállalat számára és javíthatják a teljesítményüket és a piaci pozíciójukat.

Adóoptimalizálás: A holding vállalatok a leányvállalataik adózását is hatékonyabban tudják kezelni és ezáltal előnyösebb adózási feltételeket tudnak elérni. Például szélesebb körű adókedvezményt, vagy akár adómentességet is.

Márkaérték: Ezek a cégek olyan híres márkákkal rendelkező leányvállalatokat is birtokolhatnak, melyek erősítik a holding vállalat márkáját és ismertségét a piacon és javítják a piacon holding vállalat pozícióját és erősségét.

A Sanatmetal Kft. 3 nagy területben hozott létre holding céget:

1. HR terület
2. Gazdasági, pénzügyi terület
3. Kontrolling és IT terület

A termelés, a logisztika, a kereskedelem és a műszaki területek az anyavállalatnál maradtak.

2. Helyzetelemzés

2.1. A cég piaci pozíciójának vizsgálata

„Piaci környezetnek tekinthetők mindazok a külső tényezők és erők, amelyek befolyásolják a vállalat működését, a megcélzott fogyasztókkal való kapcsolat fejlesztését és megőrzését. A környezet, s ennek megfelelően a piaci helyzet vizsgálható mikro, makro és globális szinten. A különböző szintű környezeti hatások pedig szoros összefüggésben vannak egymással.”

(Rekettye et al., 2015)

Ahogy az előbb említett szakirodalomban is olvashatjuk egy cég piaci helyzetének vizsgálata egy összetett, komplex folyamat.

A Sanatmetal Kft. telephelye Egerben működik a cég kezdte óta. Jelenleg 2 nagy termelő csarnokkal, egy irodaház épülettel és egy raktárral rendelkezik.

A cég Heves megyében a TOP 20 listában szerepel a 18. helyen. A listát az éves árbevétel figyelembevételével készítik el és osztályozzák a cégeket. www.investinhevescounty.hu A magyar piacon a Sanatmetal Kft. vezető pozíciót tölt be. A magyar kórházak közel 80 %-ban a cég implantátumaival és a hozzájuk kapcsolódó műszerkészleteivel történik az egészségellátás. Olyan nagy kórházakban van jelentős konszignációs készlete a cégnek, mint például a DOTE, Kenézy, OBSI, SOTE stb. A bevételük közel 30 %-át a belföldi forgalom teszi ki, az export 65 %, a maradék 5 %-ot pedig a fogászat, állatgyógyászat, wiwe. A WIWE egy szívdiagnosztikai eszköz, mely a Sanatmetal Kft. szabadalma és fejlesztése. A vállalat a világszínvonal felé törekszik, ezért disztribútori céget alapított Németországban, Törökországban, Romániában és Oroszországban.

A versenytársakat elemezve a Sanatmetal Kft. 10 km-es körzetében 2 db is található, akik szintén orvosi eszközöket gyártó cégek. A Berva-völgyben működő MEDIMETAL és a MEDIOX. A MEDIMETAL egy szintén 100%-ban magyar tulajdonú kisebb cég. A MEDIOX egy kínai érdekeltségű kisebb cég, mely inkább a gerinc területre összpontosít.

2.2. SWOT elemzés

A SWOT elemzés a stratégiaalkotás egyik lépése. Ez egy olyan elemzési módszer, mellyel egy üzlet, termék, vagy szolgáltatás életképességeit vizsgáljuk meg. Mozaik szó, összetétele az angol kifejezések kezdőbetűiből lett összerakva.

- **Strengths-** erősségek

- Weaknesses- gyengeségek
- Opportunities- lehetőségek
- Threats- veszélyek

A 4 területet a SWOT elemzés 2 kategóriára osztja, amire van ráhatásunk, és amire nincs.

“A külső környezet (lehetőségek és veszélyek) elemzése. Az üzleti egységnek nyomon kell követnie a főbb makro környezeti és a jelentősebb mikrokörnyezeti tényezőket, amelyek hatással lehetnek a jövedelmezőségére. Létre kell hoznia egy marketing megfigyelési rendszert, amellyel nyomon követheti az aktuális trendeket és a fontosabb fejleményeket, valamint a kapcsolódó lehetőségeket és veszélyeket. (Keller-Kotler,2012)

A jó marketing művészet, amely e lehetőségek felkutatásában, fejlesztésében és kiaknázásában nyilvánul meg. A marketing lehetőségek a vevői igényeknek azt a területét jelentik, amelyben a vállalat nagy valószínűséggel képes az igények jövedelmező kielégítésére. (Keller-Kotler,2012)

A belső környezet (erősségek, lehetőségek) elemzése. Fontos, hogy felismerjük a vonzó lehetőségeket, de még ennél is lényegesebb, hogy ki is tudjuk használni őket. Minden üzletágnak értékelnie kell saját belső erős és gyenge pontjait. Az üzletágnak természetesen nem kell valamennyi gyengeségét korrigálnia, ugyanakkor erősségei miatt sem érdemes túlzottan elbízni magát.” (Keller-Kotler,2012)

„Ezeket a területeket több szempont szerint lehet elemezni.

- Mit csinálunk jobban, mint a konkurencia?
- Milyen eszközökkel rendelkezünk, amivel mások nem?
- Milyen erőforrásaink vannak?
- Milyen erőforrások hiányoznak?
- Milyen fogyasztói igényt nem szolgálunk ki?
- Van-e új, még nem célzott célcsoport?
- Emelhet árat a beszállítónk?” www.daniellavarga.hu

A Sanatmetal Kft. SWOT elemzése

Erősségek részletezése:

A cég alkalmazkodik a piacon, gazdasági életben, vagy a társadalmi életben bekövetkezett bármilyen változáshoz. Mindig törekszik valami újat kitalálni, kipróbálni és nem ragaszkodik a berögzült szokásokhoz. Például egy teljesen új termék kifejlesztése (WIWE), egy terület, vagy a teljes cég átszervezése (holding vállalatok).

A partner felé visszaigazolt szállítási határidők pontos betartása és a hibamentes megrendelés összekészítése.

A cég rendelkezik saját tulajdonú sterilizáló berendezéssel, ezzel lényegesen csökkentve a steril termékek raktárra vételének és kiszállításának az idejét.

A termékek minősége világszínvonalú és elismert, ezért egyre nagyobb a kereslet és az igény a disztribútori cégektől a cég termékei iránt.

Gyengések részletezése:

Vannak olyan termék családok, melyeknek a kereslete időszakosan visszaesik. Ennek oka a felhasználásban rejlik. Például a tompor csavarok és a hozzá kapcsolódó termékek, aminek télen sokkal nagyobb a kereslete a csúszós, jeges időjárás miatt.

A logisztika a gyártás elindítása során a termék leggyártásának adnak egy határidőt, ami a gyártás során csúszik és a többi területnek kell behozni a lemaradt időt.

Nagyon sok munkafolyamathoz elengedhetetlen a szakképzett munkaerő például: CNC eszterga, köszörűgépek kezelése, de az ebben a területben dolgozók száma drasztikusan csökken. Oka: kiöregedés, utánpótlás hiánya

A teljes gyártási rendszer nincs optimálisan kihasználva, mert vannak olyan berendezések, vagy dolgozó, akinél a maximális teljesítményt nem éri el. Például a gépeknél holtidő.

Lehetőségek részletezése:

Az egészségügyi iparban folyamatosan szigorítják a szabályozásokat és az értékesítésre vonatkozó jogi előírásokat ország és kontinens szinten is. Például Oroszországban csak az ott előállított, vagy gyártott termékek kerülhetnek a piacra. Az ilyen korlátozásoknak nem mindenki tud eleget tenni, ezért csökken a versenytárs a piacon, ami magába foglalja a nemzetközi lehetőségeket is.

A munkanélküliségben rejlő lehetőségek kiaknázása. 2023 márciusában 195 ezer fő volt a munkanélküliek száma Magyarországon. www.ksh.hu

Vannak olyan munkafolyamatok, amikhez nem szükséges szakképzettség és ezzel lehetőséget biztosít a munkavállalásra. Később ezekből a dolgozókból továbbképzés útján fel lehet tölteni a hiányzó pozíciókat.

A fiatalabb generációk körében népszerű az elektronikus platformok, közösségi oldalak használata, például: Facebook, Instagramm, TikTok, Pinterest. Ezek a média felületek remek lehetőséget rejtenek magukban, hogy ezeken keresztül érjük el a fiatalabb generációt és felkeltsük az érdeklődésüket egy-egy pozícióra vagy a cég iránt.

Veszélyek részletezése:

A Covid járvány kitörése óta gazdasági visszaesés tapasztalható a világ minden táján, minden területen. A partnereinknek is adódhatnak likviditási gondok, fizetési nehézségek, amik a számunka is további gondot jelenthetnek bevétel szempontjából.

Mivel Egerben a Berva-völgyben 2 konkurens kisebb cég is van, ezért felmerülhet a probléma, hogy acégárai alá licitálnak, hiába rosszabb minőségű a termékük és emiatt ők nyernek meg egy tendert egy kórházba.

A beszállítók nagyban tudják befolyásolni egy megrendelés határidejének pontos betartását. Komoly gondot okozhatnak, ha alapanyag hiány lép fel, vagy csúszik a beszállítás valamilyen oknál fogva, ezért nem tudják időben legyártani a terméket és így időben kiszállítani, ami kötbért vonhat maga után. Az áremelkedés is nagy gondot, vagy kockázatot jelent a cégre nézve, mert akár pénzügyi nehézség is felléphet.

Mint ahogy korábban is kifejtettem szinte minden vállalatnak nagy fejtörést okoz a hozzáértő, szakképzett munkaerő megtalálása és megtartása. A gépipari és lakatos szakmákból az emberek kiöregednek és nagyon kevés az utánpótlás, mert ezek a „nehéz és piszkos” munkák nem vonzóak a mai fiatalok körében. Igény szerint a középiskolákban egy tanóra keretein belül ismertetik meg a tanulókat akár mérnöki területtel, vagy a CNC és egyéb szakmunkákkal.

1. táblázat: SWOT elemzés a Sanatmetal Kft.-ről

Erősségek	Gyengeségek
Megújulás, az innovációra törekvés	Időszakos kereslet egyes termékekre
Gyors és pontos szállítási határidő	Pontos határidők betartása a gyártás során
Saját sterilizáló berendezés	Csökkenő szakképzett szakmunkás dolgozó
A termékek világszínvonalú minősége	A gyártási folyamat maximális kihasználása és
A megrendelések pontos, precíz összekészítése	optimalizálása

Lehetőségek	Veszélyek
Az egyre szigorodó jogi és gyártási szabályok/előírások miatt csökkenő kínálat	A Covid okozta fizetési bizonytalanság a partnerek részéről
A fiatalabb generáció elérése a közösségi médiában	Az árak alá licitálása például egy versenytárs, a Mediox
Nemzetközi bővülési lehetőségek	A beszállítók áremelkedése, vagy alapanyag hiány miatti késedelmes szállítás
Piaci trendek	Szakemberek utánpótlása komoly gondot okoz

Forrás: saját szerkesztés

3. A cég kereskedelmi és marketing tevékenysége

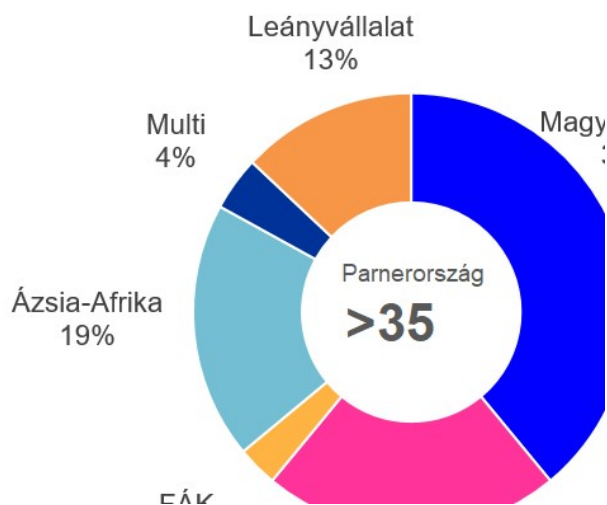
3.1. Kereskedelmi tevékenysége

A bevételük több mint 65 %-át az export teszi ki. Termékeiket szinte a világ minden tájára exportálják, 42 országban van jelen. Ahogy a 6. ábra mutatja, szinte minden kontinensre szállít Amerikától Ázsiáig bezárólag



4. ábra: Sanatmetal exportjai, www.sanatmetal.hu

A Sanatmetal Kft.-nél szoros kapcsolat és együttműködés van a kereskedelem és a marketing osztályok között. A különböző kiállításokon remek lehetőség nyílik új partnereket szerezni, de ehhez nagyon fontos, hogy milyen standdal van jelen a cég egy-egy kiállításon, milyen az arculata a cégnek. Ebben kulcsszerepe van a marketing osztály tudásának és szervezettségének.



5. ábra: Szállítás területek megoszlása, a cég adatai alapján-saját forrás

A kereskedelmi terület megoszlik belföldre és külföldre. A külföldi értékesítés disztribútori partnereken keresztül történik. Ilyen partnerek pl. FASE, FUTUR, ZIMMER, BIOMET stb. A belföldi értékesítés kereskedőkön keresztül a kórházakba konszignációs készlet kihelyezésével történik.

3.2. Marketing tevékenység

Kotler(1998) szerint, „a marketing olyan társadalmi és vezetési eljárás, amelynek segítségével egyének és csoportok termékeket és értékeket alkotnak s cserélnek ki egymás közt, mindeközben szükségleteiket és igényeiket kielégítik.”

„Az Amerikai Marketingszövetség 2013. júliusában új definíciót fogadott el, azaz: a marketing a vevők, az ügyfelek, a partnerek és a társadalom egésze számára értékkel bíró kínálat megteremtését, közvetítését, kommunikálását és cseréjét szolgáló tevékenység, intézmények és folyamatok rendszere.” (Rekettye et al., 2016) Egy vállalat marketing tevékenysége több elemet tartalmaz, amelyek célja, hogy eljuttassák a termékeket, vagy szolgáltatásokat a vásárlókhoz, vagy partnerekhez és javítsák a vállalat piaci pozícióját.

Az alábbiakban áttekintem Sanatmetal Kft. marketing aktivitásait:

1. Piackutatás: A piac kutatás során a vállalat elemzi a piaci trendeket, a vásárlói igényeket és a versenytársak tevékenységét. A kutatás eredményei alapján a vállalat hatékonyabb marketingstratégiákat dolgoz ki. A Sanatmetal Kft. marketing osztálya adatokat és információkat gyűjt és elemez akár a versenytársakról például az Egerben működő 2 konkurens cégről, a partnerek és a belföldi kórházak igényeiről.
2. Termékpolitika: A vállalat a partner cégek visszajelzéseinek figyelembevételével fejleszti a termékeit és új termékekkel jelenik meg a piacon. Mint már korábban is írtam róla a Sanatmetal Kft. nemzetközileg elismert professzorokkal és orvosokkal együtt fejleszt ki új termék családokat az emberek gyógyításának elősegítésére, a műtéti idő csökkentésére. A marketing osztály folyamatosan ellenőrzi, hogy hol tartanak termékeink a termék életgörbén. A hanyatlási szakaszban lévő termék családokat a társosztályokkal együtt dolgozva folyamatosan kivonják a piacról.
3. Árpolitika: A vállalat a piackutatás és a versenytársak árait figyelembe véve határozza meg az árpolitikáját. Az árpolitika az árak meghatározását, az árstratégiát és az árak alkalmazását foglalja magába. A Sanatmetal Kft. arra törekszik, hogy árdiktáló stratégiát érjen el és használjon.

A Sanatmetal alkalmaz árkedvezményeket is a partnerek megrendeléseinek elnyerése érdekében, ennek kapcsán említem meg, hogy egy meghatározott megrendelt termékmennyiség után a hozzá kapcsolódó műszerkészletet ingyen biztosítja a vállalat.

4. Értékesítés: Az értékesítési tevékenység során a cég meghatározza az elérhető értékesítési csatornákat, meghatározzák és kialakítják azt a termékértékesítési folyamatot, ami a vásárlók, vagy partnerek kapcsolattartásának érdekében szükséges. Az egészségügyi szektorban a termékek vevői vagy üzleti partnerei a cégnek a kórházak, illetve a disztribútori cégek, akiknek az értékesítés, közbeszerzési tender útján történik. A tenderben ismertetik, hogy milyen termékcsoporthoz van szükségük, a keretösszeget, mennyiséget és határidőt. -

5. Promóció: A Sanatmetal Kft. fő célcsoportjai az orvosok, kórházak, tehát elsősorban B2B kommunikációt folytat, de emellett a fogyasztók irányában körében is igyekszik ismertséget szerezni. A B2C kommunikáció eleme pl. a Sanat szerda, ahol regisztráció után a megrendezésre kerülő szerdai napokon vezetett túrán ismerkedhetnek meg a különböző implantátumok és protézisek gyártásával, egészen a kiszállításig.

A Sanat Akadémia során a kommunikáció részeként, a cég megismerteti az által gyártott implantátumokat és műszereket a potenciális felhasználókkal – orvosokkal, nővérekkel – és egyúttal képzésben is részt vesznek a használatukról.

A vállalati kommunikáció legfontosabb területe a B2B kommunikáció (Business-to-Business kommunikáció). Ez olyan folyamat, mely során kettő vagy több vállalkozás egymás közötti kommunikációja zajlik, ami segíti az üzleti partnerek közötti kapcsolatok erősítését és az üzleti folyamatok hatékonyabbá tételét. Ez a kommunikáció lehet szóbeli vagy írásbeli és történhet személyes találkozókon, telefonon, e-mailben, videokonferenciákon vagy valamilyen chatalkalmazásban. Az ilyen fajta kommunikáció célja, hogy az üzleti partnerek közötti információ cserét megkönnyítse, az üzleti lehetőségeket feltárja, és a kapcsolatokat erősítse.

Ilyen B2B marketingkommunikáció, a minden évben megrendezésre kerülő kiállítás Dubai-ban, a világ összes orvostechikai eszközöket gyártó cégeknek és a leendő partnereknek, melyen a Sanatmetal Kft. egy igényesen és exkluzívan felépített standon vesz részt. Ezen felül még több kiállításon vesz részt a cég különböző területekkel, például csak ortopédia, vagy gerincsebészet belföldön és külföldön egyaránt. -Az ilyen kiállításokon való részvétel remek lehetőséget ad a cégnek, hogy megismerjék a leendő partnereket, esetleg új ötleteket merítsenek egy-egy versenytárs termékeiről.

4. A Sanatmetal Kft. raktározási folyamatai a steril és nem-steril termékeknél

4.1. Megrendeléstől a szállításig lévő folyamat

Mikortól egy partner leadja a rendelést onnantól kezdve hosszú a folyamat, amíg megkapja a kért termékeket. Különböző folyamatokon és területeken megy keresztül a megrendelés.

Nagyvonalakban véve:

- vevőszolgálat rögzíti a SAP-ba
- a logisztika betervezi a gyártásba a megrendelést
- a beszerzés ellenőrzi az alapanyagokat a gyártáshoz és igény szerint megrendeli hozzá az alapanyagokat
- logisztika kiadja a gyártásba a megrendelést, külön szedve a termékcsoportokat divíziókra. Mindegyik divízió más termékcsoportokat gyárt (csavar, lemez, szeg, műszer, ortopédia)
- gyártás elkészíti, legyártja a termékeket
- minőség ellenőrzés a rajz szerint ellenőrzi a termékeket és átadja lézerjelölésre
- mindegyik termék egyesével egy lézerjelölésen esik át, ahol egyedi azonosítót, vagyis sarzsot kap, a cég logóját és a CE jelölést, ami azt jelenti, hogy a vállalat az általa forgalmazott terméket megvizsgálta és az megfelel az uniós biztonsági, környezetvédelmi és egészségügyi előírásoknak
- utána bekerül a központi minőség ellenőrzési területre, ahol összehasonlítják a terméket a rajz alapján, és ha jó a termék tovább küldik a csomagolásra
- egy sterilizált csomagolási térben becsomagolják egyesével a termékeket és küldik a címkézési területre
- a címkézésnél egyesével csomagolják a termékeket és kapnak egy egyedi címkét, mely tartalmazza a cikkszámot, sarzsot, CE jelet, a cég nevét és logóját, a termék nevét magyarul és angolul
- majd ezt követően a végellenőrése összehasonlítják a terméket és címkéjét a GYEK LAPPAL, vagyis a Gyártáskövető lappal és átadja a terméket a készáru raktárosnak bevételezésre
- összekészítik a megrendelt termékeket kiszállításra

4.2 A készáru raktár, nem steril raktározási folyamata

A raktározás egy egyedi szerepet tölt be az alapanyagtól a végső megrendelőig terjedő összetett és bonyolult folyamatrendszerben.

“A raktár a vállalati logisztikai rendszer-és/vagy az ellátási lánc-azon építő eleme, amely a termékeket gyártási, illetve felhasználási pontokon és/vagy azok között tárolja, azokon a megrendelő igénye szerint meghatározott manipulációs tevékenységeket hajt végre, illetve azokkal kapcsolatban információt szolgáltat. A vállalati logisztikai rendszerek fejlődésével és az ellátási-menedzsment gyakorlatának megjelenésével párhuzamosan a raktár helyzete és szerepe sokat változott. A tárolási mód és az alkalmazható tárolási technológia szempontjából a raktárban kezelt áru fizikai állapota és jellemzői kiemelt fontosságúak. Ezek alapján beszélhetünk ömlesztett áruról, darabáruról, folyékony és légnemű áruról.” (Gelei, 2016)

A Sanatmetal Kft. területén belül lehetnek ömlesztett áruk (csomagoló anyagraktár), darabáru (készáru raktár, alapanyag raktár), légnemű áru (veszélyes anyagokat tároló raktár).

Ezek a raktárakon kívül még található a cégen belül visszáru raktár, selejt raktár, MEO raktár, marketing raktár.



6. ábra: A készáru raktár nem steril, www.sanatmetal.hu

A készáru raktárba a címkézés után a vég ellenőrzésen keresztül jut el a termék. A Sanatmetal Kft.-nél megkülönböztetnek készáru raktáron belül steril és nem-steril raktárat, mely egy területen van, de elkülönítve és a tárolás módja is kicsit eltér, mivel cégen belül történik a sterilizálás.

A készáru raktár egy manuális raktár, mely azt jelenti, hogy egy jól felszerelt géppark mellett is a raktáros mozgatja kézzel a terméket, kézzel történik a betárolás, a kitárolás és a kommissiózás is. Ennél a típusú raktárnál a fő mozgató rugó a raktáros teherbírása, precizitása

és a gyorsasága. Amint azt a 6. ábrán is látható a készáru raktár egy polcos rendszerű raktár és ide történik a betárolás, a kitárolás és a kommissiózás is.

“A kommissiózás a raktár központi, más néven magfolyamata, mely legerőteljesebben befolyásolja a raktár teljesítményét, benne dinamikus kapacitását. “ (Gelei,2016)

A betárolás régen a nem steril raktárba manuálisan kézzel történt. A raktáros egy általa kiválasztott üres tárhelyre berakta a terméket és a GYEK LAPRA ráírta a tárhely számot, majd a számítógépen a SAP rendszerben a speciális tranzakciókban bekönyvelte és nyugtázta az anyagot. Ez a fajta betárolás nagyon sok hibalehetőséget rejt magában, például a raktáros elírja 1 számmal a tárhelyszámot akár a felírásnál, akár a betárolásnál. Ezeknek a hibáknak a kiküszöbölésére lett kifejlesztve a PDA-val történő bevételezés. A raktáros kiválaszt egy általa tetszőleges tárhelyet, majd a GYEKLAPON lévő vonalkódot lecsipogja a PDA-val és a tárhelynek a vonalkódját is. Végül egyesével minden terméket. Ez a fajta bevételezés már szinte minimálisra csökkenti a hiba lehetőségeket az elírásra és a termékkeveredésre is, mert mivel a GYEKLAP vonalkódját és minden terméket le kell csipogni, hogy bevételezni tudja, ezért hiba esetén jelez a rendszer. Időt és energiát is lehet vele spórolni.

A GYEKLAPOK-at korlátlan ideig kell megőrizni, mivel orvosi eszközöket gyártanak és UNIOS előírás.

4.3 A sterilizálás folyamata

A steril termékek raktározása kicsit egyedibb a többinél, mivel a sterilizálási művelet cégen belül a készáru raktár egy elkülönült helységében történik.

A csomagolás karton dobozokba történik és nem zacskókba, mint a nem-steril termékeknél. A címkézés után a termékek jól elkülönítve egymástól átkerülnek a sterilizálóba, ahol előkészülnek a folyamatra.

A sterilizálási folyamat:

- Ki kell tölteni a sterilizálási naplót a soron következő ciklussal, mely eddig manuálisan történt, most már a rendszeren belül van kialakítva. A napló tartalmazza a ciklus számot, az etilén-oxid patron súlyát (nem lehet 300 g alatt), a cikkszámokat és a hozzájuk tartozó sarzsot és GYEKLAP számot és a darabszámot
- A sterilizáló gépet minden használat előtt ki kell takarítani
- Az etilén-oxid palackot le kell mérni, a súlya nem lehet 300 g alatt és ki kell cserélni minden ciklus előtt, mert egy ciklus egy patron használat

- Meghatározott sorrendben és mennyiségben be kell pakolni a tároló kosarakba. A bepakolás módja és mennyisége függ attól, hogy milyen termékeket akarunk sterilizálni pl.: térd protézist vagy csavarokat
- Végül elindítja a gépet, melyet évente a 3M cég jön karbantartani és ellenőrizni
- Egy ciklus hossza 3 óra
- A ciklus letelte után a MEO-s ellenőrzi a dobozokban található indikátor csíkot, hogy zöld színűre színeződött-e és megkapta-e minden termék a megfelelő mennyiségű gázt
- A program után 24 órás szellőztetést kell végezni a termékeken, mielőtt a raktárba, a polcra kerülnének

4.4. A steril termékek raktározási folyamata

A sterilizálási ciklust követően a termékek kapnak egy külső fólia borítót, mely védi a termékeket a külső sérüléstől. Ezt a folyamatot manuálisan végzi a raktáros.

A bevételezés hasonlóan történik innentől kezdve, mint a nem-steril termékeknél. A raktáros egy általa tetszőlegesen kiválasztott üres tárhely vonalkódját a PDA-val bescanneli és ide tárhelyezi be a termékeket, amiket szintén bescannel egyesével.

Minden steril terméknek van szavatossági ideje, ami 5 év. Belföldi szállításkor a lejárat idő nem lehet 6 hónapnál kevesebb, külföldi szállítás esetén viszont 1 év a meghatározott.

Steril termékek: implantátumok, térd protézisek, csípőprotézisek, vágók, betétek.

5. A Sanatmetal Kft. szállítási folyamatai

5.1. A belföldi szállítás

A belföldre történő szállítást 2 részre lehet bontani, mert van egy azonnali fizetős és egy konszignációs kiszállítás része. A folyamat szinte teljesen megegyezik mindkettőnél, csak a megrendelés szám és kód változik.

A belföldi szállítás majdnem teljes egészében lefedi a teljes magyarországi kórházakat, az állami és a magán kórházakat egyaránt pl.: Eger, Miskolc, DOTE, OBSI, Kenézy, Veszprém, Honvéd kórház stb.

A kórház elküldi a lejelentést a vevőszolgálatnak és ők az alapján rögzítik a SAP rendszerbe, hogy konszignációs, vagy azonnali fizetős megrendelést adtak-e le.

Az azonnali fizetős kiszállítás megrendelési kódja a ZKA, a fizetési határidő 90 nap.

A konszignációs megrendelés kódja ZKB. A konszignáció egy bizományi szerződés, mely kiszállítás után az értékesítésig a gyártó tulajdonában marad. A Sanatmetal Kft. tulajdonában marad a termék, kiszállítás után is, amíg a kórház nem használja fel és nem jelenti le a terméket egy lejelentő nyomtatványon.

A raktáros a SAP-ban leszűri mind a kettő megrendelés kódra a listát és elkészíti kommissiózó listákat, ami alapján összekészíti a megrendelést. A lista tartalmazza a cikkszámot, a termék nevét, sarzsot, mennyiséget, tárhely kódját. Az összekészítés manuálisan történik, a raktáros a listán szereplő tárhelyekről kiveszi a terméket és külön megrendelésenként gyűjti.

Miután kiszedte és összekészítette a megrendelést, kórházanként külön gyűjti és kinyomtatja hozzá a szállítóleveleket és átadja a szállításért felelős kollégának.

A magyarországi kórházban minden nap történik kiszállítás.

5.2 Külföldi kiszállítás

Hasonlóképpen működik, mint a belföldi szállítás. A megrendelő kód ZKA, értékesítési csatorna 20. A külföldi szállítás esetén külön partnerekre vannak osztva a raktárosok. Minden raktáros a saját partnereiért felel, hogy a megrendelés pontos és teljes legyen.

Külföldi partnerek a világ minden részéről vannak pl. Románia, Franciaország, Olaszország, Kolumbia, Mexikó, Oroszország. Ezek a disztribútori partnerek leadják a megrendelést a

vevőszolgálat felé, akik rögzítik a rendszerbe és a logisztika ellenőrzi a raktárkészletet és ütemezik a gyártásba. A gyakran forgó termékeket/termékcsaládokat raktárkészletre gyártanak, hogy gyorsabbá tegyék a szállítási időt.

Egy nagyobb partner pl. Kína, vagy Oroszország általában havi 1-3 megrendelést ad le, de ezek a megrendelések 30-35 darabot jelentenek egy-egy alkalommal. A partnerhez tartozó raktáros manuálisan PDA segítségével, egyesével készíti el a kommissiózó lista alapján a megrendelést.

Szinte minden nagyobb partnernek megvannak a saját igényei a csomagolásra és a kiküldésre. Ilyenek lehetnek például az X Y nevű ukrán partnernek a termékeire ukrán nyelvű címke kerül az angol helyett, X Y nevű kolumbiai partnernek spanyol nyelvű címke stb.

MULTIK-nak a csak a leadott mennyiségű termékek vannak legyártva magasabb minőségben, heti több alkalommal történik a kiszállítás a részükre.

Az SAP a kommissiózó lista elkészítésekor a FIFO elv szerint dolgozik. FIFO elv lényege, hogy a raktárba bekerült legrégibb termék kerül leghamarabb kiszállításra, utána a soron következő és így tovább. Ilyenkor mindig a legrégebbi sarzsot adja a rendszer minden terméknel a megrendelésben.

A havi kiszállítás értéke 450-500 millió forint között változik.

A fuvarparitás az EXW. A fuvarparitás azt jelenti, hogy a költség és a kockázat megoszlik az eladó és a vevő között. 4 csoportra lehet osztani: E, F, C, D. Az Ex Works fuvarparitás lényege, hogy minden költség és kockázat a vevőt terheli. A vevőnek kell gondoskodnia a vámügyintézésről, a szállításról.

5.3. Szállítmányozás

A Sanatmetal Kft. szerződésben áll a nagyobb fuvarozó cégekkel, GLS, UPS, FEDEX, DHL, Gebrüder.

A belföldi szállítás a GLS céggel történik minden nap és a költségeit a Sanatmetal Kft. átvállalta és nem terheli a kórházakat.

Vannak partnerek, akik a saját fuvarozójukat küldik el a cégtelephelyére a megrendeléséért.

A kiszállítás a külföldi partnerek esetén megoszlik Európán belülre és kívülre. A belül lévő partnereknek valamelyik fuvarozó cégen keresztül történik, ahogy a partnernek a legmegfelelőbb, mert őt terheli a kiszállítás költsége. Az Európán kívüli országok esetén

figyelembe kell venni a vám és pénzügyi jogszabályokat nem csak az eladó és a vevő országában, hanem az áthaladó országokét is. Minden esetben ki kell tölteni egy EUR-1 okmányt, amely egy származási bizonyítvány a kiszállított termékeknek.

Törökországba való szállítás esetén egy ATR okmányt kell hitelesíteni és leadni az iparkamarába. Ez az okmány arra szolgál, hogy a termékek, amik szerepelnek a nyomtatványon, már egy másik országban szabad forgalomban van.

|

6. Konklúziók, saját tapasztalatok

Közel 11 évig dolgoztam a SanatmetalKft.-nél. Ez alatt az idő alatt elég sok munkafolyamatba beleláltam, hogyan működne egy nagy cég logisztikai és raktározási folyamatai. A cégnél a logisztika és a raktározáson belül minden munkafolyamatban dolgoztam és így rengeteg tapasztalatot és tudást tudtam szerezni és gyűjteni az ellátási láncban belül.

Úgy gondolom, hogy a későbbiekben az itt megszerzett tudást jól fogom tudni kamatoztatni.

Mint ahogy a záradolgozatomban bemutattam a Sanatmetal Kft. törekszik a nemzetközi sikerekre és a piac élére törni. Véleményem szerint nagyon jó úton haladnak a felé, hogy ne csak szinte teljes Európába és Dél-Amerikába szállítsanak, hanem szinte az egész világra és megismerjék a cég nevét és termékeit. A cél megvalósítása érdekében nagyon jól kidolgozott stratégiát követnek, mint például kiállításokon való figyelemfelkeltő és exkluzív standokkal való részvétel.

A cégnek minden esélye meg van arra, hogy egy nemzetközileg elismert, több leányvállalattal rendelkező vállalat legyen, amihez már rendelkezik 3 leányvállalattal Európán belül.

A Sanatmetal Kft. igyekszik a versenytársai elé törni, a vállalat alkalmazkodik a piaci trendekhez, igényekhez. Mindig új, innovatív megoldásokat vagy termékeket fejlesztenek ki vagy akár a teljes céget alakítják át, gondolok itt a holding vállalatok megalapítására.

Pár javaslatot szeretnék tenni, hogy a cég gördülékenyebben menjen, és a dolgozók elégedettsége is növekedjen. A létszám kapacitás bővítése a megnövekedett kereslet biztosításához. A logisztika és a gyártás kommunikációjának javítása és pontosítása. A dolgozók pontosabb informálása a cég helyzetével kapcsolatban.

Irodalomjegyzék

1. Gelei A. (2016): Logisztikai döntések. Akadémia Kiadó, Budapest
2. Kotler P, Keller K.L. (2006): Marketing menedzsment. Akadémia Kiadó, Budapest
3. Kotler P. (2000): Kotler a marketingről: jönni, látni, győzni- a piacon. (Ford. Hajdú-Moháros József) Budapest
4. Kotler P. (1998): Marketing management, Műszaki Könyvkiadó, Budapest
5. Rekettye G.- Törőcsik M. – Hetesi E. (2015): Bevezetés a marketingbe. Akadémia Kiadó, Budapest
6. Rekettye G.-Tóth T.-Malota E. (2016): Nemzetközi marketing. Akadémia Kiadó, Budapest

Internetes irodalom

Investinhevescounty (é.n): Invest in Heves County. Heves megye TOP 21 vállalata
www.investinhevescounty.hu/befektetoknek/heves-megye-top-21-vallalata

olvasva:2023.04.30

KSH (2023): Gyorstájékoztató Munkanélküliség, 2023. február. 4.0% volt a munkanélküliségi ráta www.ksh.hu/gyorstajekoztatok/mun/mun2302.html olvasva:2023.04.29

Magyar Brands (é.n.): Magyar Brands. Magyarbrands pályázat
www.magyarbrands.hu/magyarbrands-palyazat/ olvasva:2023.05.01

Sanatmetal (é.n.): www.sanatmetal.hu/rolunk/ olvasva:2023.04.28

Varga Daniella (é.n.): Modern marketing. Swot elemzés készítése és használata a gyakorlatban www.daniellavarga.hu/swot-elemzes/ olvasva:2023.04.25

Táblázatok, ábrák jegyzéke

1. ábra: Sanatmetal Kft. története
2. ábra: Magyar Brands díj 2022
3. ábra: Minőség-Innováció 2020
4. ábra: Sanatmetal exportjai
5. ábra: Kiszállítási országok megoszlása
6. ábra: A készáru raktár nem-steril készlete

1. táblázat: SWOT elemzés a Sanatmetal Kft.-ről

KONZULTÁCIÓS NYILATKOZAT

Pataki Olívia (hallgató Neptun azonosítója: **O7PDHV**) konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a záródolgozatot áttekintettem, a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól tájékoztattam.

A **záródolgozatot**/szakdolgozatot/diplomadolgozatot/portfóliót a záróvizsgán történő védeésre **javaslom** / nem javaslom.

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen / **nem**

Kelt: Gyöngyös, 2023. 05. 08.



Belső konzulens

NYILATKOZAT

a záródolgozat nyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről

A hallgató neve: Pataki Olívia
A Hallgató Neptun kódja: O7PDHV
A dolgozat címe: A Sanatmetal Kft. marketing és raktározási folyamatai
A megjelenés éve: 2023
A konzulens tanszék neve: Agrár és Élelmiszergazdasági Intézet

Kijelentem, hogy az általam benyújtott záródolgozat egyéni, eredeti jellegű, saját szellemi alkotásom. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, s az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

Ha a fenti nyilatkozattal valótlan állítottam, tudomásul veszem, hogy a Záróvizsga-bizottság a záróvizsgából kizár és a záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

A leadott dolgozat, mely PDF dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását engedélyezem.

Tudomásul veszem, hogy az általam készített dolgozatra, mint szellemi alkotás felhasználására, hasznosítására a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem mindenkori szellemi tulajdon-kezelési szabályzatában megfogalmazottak érvényesek.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatom elektronikus változata feltöltésre kerül a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem könyvtári repozitori rendszerébe.

Kelt: 2023 év 05 hó 06 nap

Pataki Olívia
Hallgató aláírása

MAGYAR AGRÁR- ÉS ÉLETTUDOMÁNYI EGYETEM

Károly Róbert Campus

Agrár- és Élelmiszergazdasági (AGELG) Intézet



MAGYAR AGRÁR- ÉS
ÉLETTUDOMÁNYI EGYETEM

Károly Róbert Campus

A SANATMETAL KFT. MARKETING ÉS RAKTÁROZÁSI FOLYAMATAI

ZÁRÓDOLGOZAT

Készítette:

Pataki Olívia

O7PDHV

kereskedelem és marketing (logisztika szakirány) felsőoktatási szakképzés

Konzulens:

Dr. Taralik Krisztina

egyetemi docens

Gyöngyös, 2023.04.12

Összefoglaló

A záródolgozatot az Egerben működő 100 %-ban magyar tulajdonú Sanatmetal Kft.-ről írtam. A cég ortopédiai és traumatológia eszközöket gyárt a hozzá kapcsolódó műszer készlettel együtt, melyeket belföldön a kórházakba értékesítenek és több mint 42 országba exportálnak világ szinten. A vállalatnak több leányvállalata van már Európában és próbálnak terjeszkedni világ szinten. Ezzel a dolgozattal szeretném bemutatni és közelebb hozni ezt a kicsit különálló iparágat. Manapság az embereket egyre jobban érdekli, hogy mi hogyan készül, vagy mit-mire használnak. Probléma felvetésem tehát, hogy az emberek nem ismerik egy ilyen speciális termékeket gyártó vállalatnak a kommissziós, sterilizálási folyamatait a steril termékek és a nem-steril termékek esetében. Célkitűzésem, hogy részletekbe menően mutatom be a cég marketing tevékenységét, a késztermék raktározási folyamatait, a kommissziózt, a sterilizálási folyamatot és a kiszállítás folyamatát.

A dolgozat első fejezetében részletesen ismertetem a cég történetét, kialakulását a kezdetektől kezdve. Idézem a tulajdonos szavait és meglátásait, hogy mi is a Sanatmetal Kft. küldetése, mik a célkitűzéseik és hogy ezeket hogyan érik el, mi a tevékenységi körük és kicsit kifejtem a termék csoportokat. Bemutatom a tulajdonosi felépítését és a cég szerkezetét. Kifejtem a holding vállalat előnyeit és hátrányait.

A dolgozat második fejezetében a cégről készítettem egy helyzetelemzést. Először megvizsgálom a cég piaci pozícióját, hogy hol helyezkedik el a piacon, kik a versenytársak. Végül elkészítettem a vállalat SWOT-elemzését. Táblázatban összefoglaltam az erőseit, gyengeségeit, lehetőségeit és veszélyeit a cégnek, majd egyesével kielemeztem a pontokat és megfogalmazom, hogy mi is az a SWOT-analízis.

A harmadik fejezetben a vállalat kereskedelmi és marketing tevékenységét mutatom be. Először ismertetem a kereskedelmi tevékenységét. A bevétel 65 %-át az export teszi ki, 30 %-át a belföldi értékesítés és a maradék 5 %-ot pedig a fogászat és az állatgyógyászat. A világ 42 országába szállítanak Mexikótól Oroszországon át az afrikai térségbe. Készítettem egy megoszlási diagramot a kiszállítási országok megoszlásáról. A fejezet második felében a marketing tevékenységet részletezem. Először a marketinget, mint területet ismertetem, beszélek a fogalmáról, területeiről, megközelítéseiről. Utána rátérek a Sanatmetal Kft. marketing aktivitásaira. Elemzem a cég 4P tevékenységét, hogy milyen értékesítési stratégiát alkalmaz a cég, hogy új partnereket szerezzen, vagy a régieket megtartsa vagy, hogy ösztönözze a partnereit nagyobb megrendelések leadására.

A negyedik fejezetben a Sanatmetal Kft. raktározási folyamatait ismertettem a steril illetve a nem-steril termékeknel. Megnézzük hogyan is néz ki egy teljes gyártási folyamat a megrendeléstől a kiszállításhoz bezárólag. Rátérek a dolgozat lényegére és fő témájára a készáru raktár steril illetve nem-steril termékek raktározására. Bemutatom, hogyan is működik a sterilizálása egy terméknek, mi a folyamata. Kifejtem, hogy mi is az a kommissiózás, mi a fogalma és a teljes folyamata.

Az ötödik fejezetben a kiszállításokról lesz szó külön a belföld és külön a külföld tekintetében, majd a szállítmányozásról és folyamatáról egy pár gondolat. A belföldi kórházakba minden nap történik a kiszállítás az állami kórházaktól kezdve a magán kórházakig. A külföldi kiszállítás összetettebb folyamat, mint a belföld és mennyiségben is több. Egy-egy külföldi megrendelés akár 25-30 ezer darab termékből is áll. A vállaltszerződésben áll több futár céggel és a kiszállítás attól függ, hogy a partner, hogy kéri a kiszállítást vagy a szerződéskötéskor milyen fuvarparitásban egyeztek meg.

Az utolsó fejezetben a saját konklúziómat, a saját javaslat tételimeit fejtettem ki és zártam le a dolgozatot. Összefoglaltam, hogy mik a saját tapasztalataim a céggel kapcsolatban, milyen meglátásaim vannak és milyen javaslat tételimeim a cég javítása érdekében.