

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA VIŠKE POSLOVNE ŠOLE
TRŽENJE STORITEV V TRANSPORTNEM PODJETJU
SIGR D. O. O.

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Tea Bešić, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Trženje storitev v transportnem podjetju SIGR, d. o. o., pripravljenega v sodelovanju s svetovalko prof. dr. Majo Konečnik Ruzzier

IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne _____

Podpis študentke: _____

KAZALO

UVOD	1
1 OPREDELITEV TRANSPORTNE DEJAVNOSTI.....	2
1.1 Značilnosti transportne dejavnosti.....	2
1.2 Cestni tovorni transport.....	2
1.3 Transportna dokumentacija v cestnem tovornem transportu	3
1.4 Zavarovanje transportnih sredstev in blaga	4
1.5 Tehnična brezhibnost transportnih sredstev	4
2 TRŽENJE TRANSPORTNIH STORITEV.....	5
2.1 Opredelitev trženja storitev	5
2.2 Trženjski splet transportnih storitev	5
2.2.1 Storitve	6
2.2.2 Prodajna cena.....	7
2.2.3 Tržne poti.....	7
2.2.4 Trženjsko komuniciranje	8
2.2.5 Udeleženci pri izvajanju storitev	8
2.2.6 Procesi	9
2.2.7 Fizični dokazi	9
2.3 Trženjski načrt.....	9
3 ORGANIZIRANJE TRANSPORTNIH STORITEV V PODJETJU SIGR TRANSPORT	10
3.1 Predstavitev podjetja SIGR, d. o. o. – SIGR transport.....	10
3.2 Organiziranje cestnega tovornega hladilniškega transporta.....	11
3.2.1 Raziskava trga in naročilo	12
3.2.2 Določitev ustreznega transportnega sredstva	13
3.2.3 Določitev optimalne transportne poti	13
3.2.4 Prevozna dokumentacija.....	13
3.2.5 Plačilo za opravljeno storitev	14
4 ORGANIZIRANJE TRANSPORTNEGA PROCESA NA PRIMERU PODJETJA SIGR TRANSPORT	14
4.1 Posebnosti hladilniškega transporta	14
4.2 Opremljenost vozil z elektronskim sistemom TrackNav	15

4.3	Optimalna izraba transportnih zmogljivosti	16
4.4	Nabava okolju prijaznejših tovornih vozil	16
5	RAZISKAVA O ZADOVOLJSTVU S TRANSPORTNIMI STORITVAMI	
	PODJETJA SIGR, d. o. o.	16
5.1	Analiza vzorca	17
5.2	Analiza rezultatov po posameznih vprašanjih	18
5.3	Diskusija in priporočila	23
	SKLEP	24
	LITERATURA IN VIRI	26
	PRILOGE	27

KAZALO TABEL

Tabela 1: Povprečno zadovoljstvo anketirancev z obstoječo ponudbo transportnih storitev	21
---	----

KAZALO SLIK

Slika 1: Vozni park podjetja SIGR, d. o. o.	10
Slika 2: Kögel prikolica podjetja SIGR, d. o. o.	15
Slika 3: Pogostost naročanja storitev pri podjetju SIGR, d. o. o. s strani analiziranih podjetij (v %)	17
Slika 4: Organizacijska oblika analiziranih podjetij (v %)	17
Slika 5: Pogostost naročanja transportnih storitev podjetja SIGR, d. o. o.	18
Slika 6: Zadovoljstvo anketirancev z obstoječo ponudbo transportnih storitev	21
Slika 7: Ocena kakovosti opravljene transportne storitve	22
Slika 8: Pogostost naročanja transportnih storitev pri konkurenčnih podjetjih	22

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Anketni vprašalnik	1
Priloga 2: Neizpolnjeni tovorni list CMR	4
Priloga 3: Neizpolnjeni interni potni nalog podjetja SIGR, d. o. o.	5

SEZNAM KRATIC

fra. – francosko

CMR - (fra. Convention relative au contrat de Transport international des Marhandises par route); Mednarodni tovoni list

UVOD

V današnjem času so transportna podjetja pod ogromnim pritiskom, saj lahko dosežejo konkurenčno prednost le z nenehnim prilagajanjem vsakodnevnim spremembam na trgu. Spremembe se kažejo predvsem v vedno večji razvitosti informacijske tehnologije in v zmanjšanju trgovinskih ovir. Z vstopom Slovenije v Evropsko unijo se je trg storitev bistveno povečal, vendar se je povečala tudi konkurenca. Transportna podjetja se skušajo čim bolj uspešno prilagajati tržnim spremembam. V ta namen dodatno izobražujejo svoje zaposlene, izpopolnjujejo vozni park podjetja, pri delu uporabljajo moderno tehnologijo in s svojim delovanjem skušajo ustrezati ekološkim standardom sodobne družbe.

Ker govorimo v primeru transportnih podjetij predvsem o storitveni dejavnosti, si podjetja pri lažjem trženju slednjih pomagajo s storitvenim trženjskim spletom. Podjetja z uporabo trženjskega spleta lažje dosegajo zastavljene trženjske cilje na ciljnem trgu. Trženjski splet je sestavljen iz štirih elementov, ki so velikokrat predstavljeni na podlagi McCarthyjevih štirih P-jev trženja, in sicer: (1) izdelka (angl. product), (2) cene (angl. price), (3) tržnih poti (angl. placement) in (4) trženjskega komuniciranja (angl. promotion) (Konečnik Ruzzier, 2018, str. 11). Za učinkovito trženje storitev je tradicionalni trženjski splet treba nadgraditi, in sicer z dodatnimi tremi P-ji, katere po Boomsu in Bitnerju predstavljajo ljudje, fizični dokazi in procesi. Storitveni trženjski splet tako sestavlja sedem P-jev (Konečnik Ruzzier, 2018, str. 121).

Namen zaključne strokovne naloge je analizirati cestni tovorni transport in trženje transportnih storitev v podjetju SIGR, d. o. o. Naš namen je tudi prikazati načine trženja transportnih storitev, na podlagi katerih ima izbrano podjetje konkurenčno prednost pred ostalimi podjetji v panogi. Cilj zaključne naloge je v proučitvi zadovoljstva naročnikov podjetja s storitvami podjetja SIGR, d. o. o.

V prvem poglavju zaključne naloge bom opredelila značilnosti transportne dejavnosti in cestnega tovornega transporta. Opisala bom tudi transportno dokumentacijo, ki je nepogrešljiv element v cestnem tovornem transportu. V nadaljevanju bom opredelila tudi načine zavarovanja transportnih sredstev in blaga ter opisala tehnično brežhibnost le-teh. V drugem poglavju se bom osredotočila predvsem na trženje transportnih storitev. Opisala bom trženjski splet transportnih storitev in njegove glavne elemente. Prav tako bom opisala glavne elemente trženjskega načrta.

V tretjem poglavju bom na kratko predstavila podjetje SIGR, d. o. o., in organizacijo transportnih storitev. Opisala bom potek raziskave trga, sprejetja naročila in načine, na podlagi katerih podjetje pri opravljanju storitev določi ustrezno transportno sredstvo ter optimalno transportno pot.

Poleg tega bom opisala tudi vso transportno dokumentacijo, ki jo voznik pri opravljanju transportnih storitev nujno potrebuje.

V četrtem poglavju bom predstavila posebnosti hladilniškega transporta. Predstavila bom tudi elektronski sistem TrackNav, s katerim je izbrano podjetje nadomestilo staro obliko potnega naloga. Poleg tega bom predstavila tudi namen okolju prijaznejših tovornih vozil.

V petem poglavju bom predstavila rezultate anketne raziskave, izvedene med 30 naročniki podjetja. Gre za analizo zadovoljstva in potreb naročnikov glede obstoječe ponudbe transportnih storitev obravnavanega podjetja, ki prikazuje vse prednosti in slabosti trenutnega stanja na področju trženja transportnih storitev podjetja SIGR transport.

1 OPREDELITEV TRANSPORTNE DEJAVNOSTI

Transport je ena izmed najstarejših oblik družbene dejavnosti. Nenehna potreba po prevozu ljudi in blaga ter pridobivanju dobrin je vodila v izkoriščanje naravnih prevoznih poti, kot so reke, jezera in morja. Naravne prevozne poti so dajale pogonsko silo in kazale pot. Transport se je kot samostojna gospodarska dejavnost razvil že v srednjem veku (Ogorelc, 2004, str. 15).

1.1 Značilnosti transportne dejavnosti

Transport ima zelo velik vpliv na splošni gospodarski razvoj. Konkurenčnost gospodarstva je precej odvisna od učinkovitega transportnega sistema, zato pravimo, da je transport zelo pomemben gospodarski dejavnik. Je potreben element reprodukcije, saj s premagovanjem prostorskih razlik med proizvodnjo in porabo omogoča reprodukcijski proces.

Glavna transportna dejavnost je premagovanje prostora, torej premeščanje blaga, ljudi in podatkov z enega mesta na drugo. Kakovost transporta je sestavljena iz naslednjih elementov: (1) hitrost, (2) varnost, (3) množičnost, (4) rednost, (5) točnost, (6) pogostnost, (7) dostopnost in (8) udobnost. Izbira primerne transportnega sredstva in transportne poti (cesta, voda, zrak, železnica) pa je odvisna od cene ter kakovosti transporta. Sodobno gospodarstvo želi varen, hiter, reden, točen in množičen transport, česar pa v celoti ne more izpolniti nobena transportna panoga (Ogorelc, 2004, str. 17–21).

1.2 Cestni tovorni transport

Brez cestnega transporta blago ne bi moglo biti dostavljeno končnemu porabniku, saj je prvo in zadnje prevozno sredstvo v mednarodni menjavi. Konkurenčno prednost imajo tista podjetja, ki prevoze opravljajo brez poškodb in škod. Taka podjetja imajo posledično veliko koristi, saj so opravičena plačevanja visokih kazni za nepravilno naloženo blago, nimajo reklamacij ali neljubih pogovorov s komitenti, ne izgubljajo komitentov in drugo (Oblak, 1997, str. 169–170).

Logožar (2004, str. 68–69) pravi, da so glavne primerjalne prednosti cestnega tovornega transporta:

- dostopnost (omogoča jo razširjenost cestne mreže),
- hitrost,
- relativna varnost (direktni prevoz omogoča manjše tveganje poškodb ter izgub tovara),
- velika prilagodljivost za posebne zahteve uporabnikov (možen je prevoz tovorov izrednega obsega).

1.3 Transportna dokumentacija v cestnem tovornem transportu

Vsak prevoz spremlja dokumentacija, ki vsebuje bistvene podatke o blagu, ki se prevaža, saj v nasprotnem primeru vsak prevzem blaga brez potrebne dokumentacije lahko povzroči spor. Prevozna dokumentacija vsebuje: vozni list, nalog za natovarjanje blaga, potni ali delovni nalog, popis blaga za prevoz, račune, dokumente za mednarodni prevoz ter druge dokumente (Pepevnik, 2002, str. 73).

Poleg tega pa je izredno pomembna še vsa druga dokumentacija, in sicer: (1) dokumenti voznika (vozniško dovoljenje, potni nalog, razna potrdila), (2) dokumenti vozila (prometno dovoljenje, dovoljenja za prevoz v tujino, tahograf, potrdilo o sposobnosti vozila za prevoz raznih vrst tovara, razna ostala dokumentacija), (3) dokumenti tovara (dostavnica, spisek pošiljk, poreklo tovara, vozni list, nalog za natovarjanje, ostala dokumentacija ter izvozno, uvozno in tranzitno dovoljenje) (Pepevnik, 2002, str. 73–74).

Transportna dokumentacija je za kupca zelo pomembna, saj mu zagotavlja, da bodo vsi pogoji prodajne pogodbe izpolnjeni, hkrati pa prodajalcu služi tudi kot dokazilo za izplačilo kupnine. Transportne listine se običajno izdajajo ob sklenitvi prevozne pogodbe in so odvisne od posamezne vrste transporta (Ogorelc, 2004, str. 432).

Tovorni list služi kot (Ogorelc, 2004, str. 433):

- dokazilo (plačila stroškov prevoza, sklenjene prevozne pogodbe, predanega blaga prevozniku, izpolnjene prevozne pogodbe),
- pomembna listina pri izvedbi transportnega procesa,
- dokument, ki vsebuje podatke o izbiri prevozne poti, o ravnanju s tovorom med prevozom itd.

Pri izpolnjevanju transportnih listin je treba upoštevati pravna pravila in vsa ostala določila, med katerimi so najpomembnejša določila prevozne pogodbe. Mednarodni tovorni list (fra. Convention relative au contrat de Transport international des Marchandises par route, v nadaljevanju CMR) je izpolnjen s strani uradne osebe, in sicer v petih izvodih, od katerih enega dobi pošiljatelj, drugega prejemnik, ostale tri pa dobi prevoznik (Jakomin & Pirš, 1996, str. 187).

1.4 Zavarovanje transportnih sredstev in blaga

Transportno zavarovanje ima v mednarodni menjavi blaga in storitev zelo pomembno vlogo in ravno zaradi tega je označeno kot element nacionalne gospodarske politike (Ogorelc, 2004, str. 363).

Transportno zavarovanje je ekonomska kategorija, katere cilj je ustvarjanje ekonomske varnosti zavarovalnih subjektov (Ogorelc, 2004, str. 369).

Transportno zavarovanje delimo na (Ogorelc, 2004, str. 370):

- zavarovanje blaga pri prevozu ali kargo,
- zavarovanje transportnih sredstev ali kasko zavarovanje,
- zavarovanje prevozniške odgovornosti za škodo na blagu.

Pri zavarovanju blaga v cestnem transportu ločimo: (1) zavarovanje blaga v domačem prevozu – domače kargo zavarovanje in (2) zavarovanje blaga v mednarodnem prevozu – mednarodno kargo zavarovanje. Generalna polica za zavarovanje pošilk pri domačem kargo zavarovanju krije vse pošiljke, ki se prenašajo po tveganju zavarovanca. S tem odpravimo administrativno delo in znižamo premije, saj ni treba prijavljati vsake pošiljke posebej. Pri mednarodnem kargo zavarovanju pa uporabljamo pogodbe o odprtem kritju, na podlagi katerih so pošiljke zavarovane proti vsem rizikom. Sklenitelj zavarovanja prijavlja pošiljke zavarovatelju, in sicer po dogovoru (Ogorelc, 2004, str. 386–387).

Zavarovanje začne veljati z neposrednim nakladanjem blaga na transportno sredstvo, traja ves čas prevoza, konča pa se ob razložitvi transportnega sredstva (Jakomin & Pirš, 1996, str. 253). Oblak (1997, str. 237–240) pravi, da mora prevoznik imeti po zakonu zavarovano svojo prevozniško odgovornost. Ta zajema vse neposredne škode ter delno ali celotno izgubo ali poškodbo blaga v času od prevzema blaga na prevoz pa do njegove predaje prejemniku.

1.5 Tehnična brezhibnost transportnih sredstev

Prevozna sredstva prevažajo potnike in blago, ravno zaradi tega pa je sprotno vzdrževanje prevoznih sredstev v prometu zelo pomemben dejavnik. Obraba prevoznega sredstva povzroča zmanjšano varnost v prometu, zmanjšano varnost tovora v času prevoza in višje stroške prevoza ter vzdrževanja. Brezhibnost transportnih sredstev lahko dosežemo le s pravilnim načinom upravljanja s transportnimi sredstvi ter rednim vzdrževanjem le-teh. Na ta način dosežemo nižje stroške prevoza, večjo varnost v cestnem prometu in daljšo dobo trajanja transportnih vozil. Z rednimi in izrednimi tehničnimi pregledi transportnih vozil se lahko izognemo raznim nepotrebnim okvaram le-teh. Pregledi so lahko dnevni, tedenski, polletni, letni ali pa generalni. Pri tem ima veliko vlogo tudi sama nega vozil, ki obsega: notranje čiščenje, zunanje pranje karoserije in motorja, ličenje poškodovanih delov karoserije, podmazovanje, preizkus tehničnega stanja naprav, mehanizma in celotnega

vozila. Okvare in menjave posameznih delov pa odpravljamo z malimi, srednje velikimi in generalnimi popravili (Pepevnik, 2002, str. 48–49).

2 TRŽENJE TRANSPORTNIH STORITEV

Potočnik (2002, str. 20) meni: »Trženje je proces načrtovanja in snovanja izdelkov, storitev in idej ter določanja cene in odločanja v zvezi s tržnim komuniciranjem in distribucijo z namenom, da se ustvari takšna izmenjava, ki zadovoljuje pričakovanja posameznikov in podjetja.«

2.1 Opredelitev trženja storitev

Trženje izdelkov in storitev se razlikuje, saj so med izdelki in storitvami bistvene razlike. Izdelke lahko vidimo, se jih dotikamo in jih občutimo (Potočnik, 2000, str. 46). Storitve v primerjavi z izdelki izvajamo, in sicer na lokaciji ponudnika ter ob udeležbi porabnika. Porabniki pridejo na lokacijo, kjer ponudniki izvajajo storitve. Nakup storitve ne daje porabniku lastništva česarkoli, ampak pomeni le začasno pravico do uporabe prostora in časa. Storitev ob nakupu ne moremo preizkusiti, saj so neotipljive, minljive, prav tako jih je nemogoče skladiščiti (Konečnik Ruzzier, 2018, str. 118). Storitvena podjetja si z izvajanjem visokokakovostnih storitev prizadevajo čim bolj zadovoljiti želje in potrebe kupcev. Na ta način se ločijo od konkurence ter dalj časa ostanejo na trgu (Potočnik, 2000, str. 47).

Bistvene razlike med izdelki in storitvami so opredeljene z osmimi značilnostmi (Potočnik, 2000, str. 19):

- Neopredmetenost – storitev ne moremo videti, slišati, vonjati ali občutiti, saj so neotipljive.
- Neločljivost – storitve so načeloma ustvarjene in porabljene istočasno.
- Minljivost – storitev ne moremo ponaročiti ali skladiščiti.
- Spremenljivost – nastane zaradi sočasne izvedbe in porabe storitev.
- Težavnost ugotavljanja in nadziranja kakovosti – storitve so neopredmetene in ravno zato je ugotavljanje in nadziranje kakovosti storitev oteženo.
- Visoka stopnja tveganja – nakup storitev je precej bolj tvegan, saj so storitve občutljive na čas, kraj in izvajalca.
- Prilagajanje ponudbe posebnim zahtevam porabnikov.
- Ustvarjanje osebnih stikov med porabnikom in izvajalcem storitve.

2.2 Trženjski splet transportnih storitev

Pomen storitvenih dejavnosti postaja vedno večji, saj v razvitih tržnih gospodarstvih že ustvarjajo skoraj 70 odstotkov bruto domačega proizvoda in zaposlujejo dve tretjini vseh

zaposlenih. Storitve ne moremo izvajati na zalogo, saj so v primerjavi z izdelki neotipljive, minljive, neločljive in spremenljive (Potočnik, 2002, str. 454).

Trženjske strategije storitveno podjetje uresničuje s taktično uporabo trženjskih instrumentov, s katerimi v določeni tržni situaciji ukrepa, da bi doseglo tržne cilje (Potočnik, 2000, str. 96). Konečnik Ruzzier (2018, str. 121) navaja: »Učinkovito trženje storitev zahteva nadgradnjo tradicionalnega trženjskega spleta za izdelke, sestavljene iz t. i. 4 P-jev (izdelka, cene, tržnih poti in trženjskega komuniciranja). V primeru storitev slednjega nadgradimo z dodatnimi 3 P-ji, ki so po Boomsu in Bitnerju ljudje, fizični dokazi in procesi. Storitveni trženjski splet je tako sestavljen iz 7 P-jev.«

Trženjski splet je sestavljen iz sedmih prvin z začetno črko P, saj imajo posamezne prvine v angleščini začetno črko P. Med slednje uvrščamo (Devetak, 1996, str. 31–36): product (izdelek), price (cena), place (tržna pot), promotion (trženjsko komuniciranje), people (ljudje), processing (procesi), physical evidences (fizični dokazi).

2.2.1 Storitve

Devetak (2000, str. 93) pravi: »Storitve je rezultat trženjskega napora podjetja, da se ustrezno potrebam in zahtevam kupcev (oz. potrošnikov). Podjetje se mora stalno prilagajati spremembam na trgu. Storitve je vse, kar lahko ponudimo trgu in kar vzbudi pozornost, povpraševanje, nabavo in koriščenje.«

Potočnik (2000, str. 97) pravi, da morajo storitvena podjetja spodbujati razvoj novih storitev, saj bodo le-te nadomestile obstoječe in posledično zagotovile nadaljnjo prodajo. Podjetja ustvarjajo nove storitve z lastnim razvojnim delom ali z nakupom licence. Za dolgoročen uspeh na trgu morajo storitvena podjetja razvijati vedno nove storitve. Najpogostejši razlogi za to so:

- zastarele storitve,
- storitve, katerih prodaja upada,
- spreminjajoče se zahteve porabnikov storitev,
- zmanjševanje tveganja (v primeru, ko podjetje ponuja samo ozek sortiment storitev),
- lažje obvladovanje sezonskih nihanj prodaje,
- nove storitve so potrebne za podjetja s presežnimi zmogljivostmi.

V primerjavi z izdelki razvijanje novih storitev ni tako pogosto. Finančni in človeški viri so za storitvena podjetja veliko bolj omejeni, prav tako pa so v javnih storitvenih podjetjih spodbude za inovacije skromne. Razvijanje novih storitev je precej tvegano, saj približno 75 odstotkov novih storitev propade že v času uvajanja na trg. Vseh, dejansko novih storitev, je manj kot 10 odstotkov, saj te povzročajo visoke stroške razvoja in ogromno tveganje za podjetje (Potočnik, 2000, str. 98–99).

2.2.2 Prodajna cena

Cena pomeni denarno vrednost blaga in storitev. Predstavlja najstarejši tržni instrument v trženjskem spletu, oblikuje pa se na osnovi koristi določene storitve ali blaga. Pri oblikovanju lastne cene kot tudi prodajne cene blaga ali storitve morajo biti v ceni zajeti vsi stroški (Devetak, 2000, str. 143).

Pri postavljanju cen je zelo pomembno, da storitvena podjetja razumejo, kako cene dojemajo porabniki. Pravilno oblikovana cena potencialnim porabnikom pošilja informacijo o kakovosti ponujene storitve. Prav tako mora pravilno postavljena cena pokrivati vse stroške in prinašati dolgoročni dobiček (Konečnik Ruzzier, 2018, str. 174). Pri določanju prodajne cene je zelo pomembno, da storitveno podjetje najprej določi svoje poslovne cilje (kratkoročni cilj preživetja, maksimiranje tekočega dobička, maksimiranje rasti prodaje, posnemanje smetane, vodstvo glede kakovosti storitev in zadovoljstva porabnikov, socialne cene v javnih storitvenih organizacijah), nato pa ugotavlja, kolikšen je obseg povpraševanja. Na podlagi ugotovitev nato predvideva obseg prodaje (Potočnik, 2000, str. 119). Podjetje bo za svoje storitve postavilo ceno tako, da (Konečnik Ruzzier, 2018, str. 176):

- bo višja ali vsaj takšna, da bo pokrivala vse morebitne stroške,
- bo nižja ali enaka najvišji ceni, ki so jo porabniki še pripravljeni plačati.

Nato podjetje izbere eno od metod oblikovanja cen (metoda pribitka, metoda prelomne točke, metoda ciljnega donosa, metoda zaznane vrednosti ipd.) in določi prodajno ceno tako, da (Potočnik, 2000, str. 119):

- ustreza njegovi politiki oblikovanja cen,
- bo s to ceno uspešnejše od konkurence,
- bo istočasno doseglo enega postavljenih poslovnih ciljev.

2.2.3 Tržne poti

Konečnik Ruzzier (2018, str. 186) navaja: »Tržne poti so tretji element izdelčnega trženjskega spleta in se tesno navezujejo na vse druge elemente, tudi na dodatne elemente storitvenega trženjskega spleta.« Tržna pot je del trženjskega spleta, ki opisuje okolje, v katerem storitveno podjetje storitve posreduje, in način, kako jih posreduje. Lokacija izvajanja neke storitve je v veliki meri odvisna od vrste storitve in vključenosti porabnika v proces izvajanja storitve (Potočnik, 2000, str. 146). Podjetje se na podlagi vrste in cene storitve ter trženjskega komuniciranja odloči, na kakšen način bo storitev približalo porabniku. Za podjetje je zelo pomembno, da najde optimalno kombinacijo, po kateri se bodo storitve gibale od njihovega ponudnika do porabnika, hkrati pa bo premagovala razlike v prostoru in času (Konečnik Ruzzier, 2018, str. 186).

Trženjske poti za storitve so lahko sledeče (Potočnik, 2000, str. 146–147):

- da stranka pride k izvajalcu storitve (lokacija je v tem primeru precej pomembna, npr. restavracija);
- da izvajalec storitve pride k stranki (lokacija v tem primeru ni pomembna, bolj pomembno je zagotovilo, da bo izvajalec storitve prišel pravočasno in storitev kakovostno opravil, npr. montaža oken);
- med stranko in izvajalcem storitve ni neposrednega stika (v tem primeru ne moremo določiti fizične lokacije, saj izvajalec lahko ponudi izvedbo storitve »na daljavo« in hkrati z neposrednim kontaktiranjem v svojih prostorih, npr. bančno poslovanje prek interneta).

2.2.4 Trženjsko komuniciranje

Konečnik Ruzzier (2018, str. 202) opredeljuje trženjsko komuniciranje kot najvidnejši in nepogrešljiv element trženjskega spleta. V današnjem času se uspešna podjetja trudijo predvsem načrtovati in svoje komuniciranje izpeljati tako, da bo na trgu doseglo želeno ciljno skupino.

Trženjsko komuniciranje je precej zapleten proces. Vsebuje organizacijo, sredstva in sporočila, s katerimi storitvena podjetja prenašajo informacije o značilnostih storitev, na podlagi katerih bi se porabniki lahko hitreje odločili za nakup. Za storitveno podjetje je zelo pomembno, da ve komu, kaj in kako pogosto bo sporočalo o sebi ter svojih storitvah. Splet tržnega komuniciranja je sestavljen iz osebne prodaje, oglaševanja, neposrednega trženja, stikov z javnostjo in pospeševanja prodaje (Potočnik, 2000, str. 125). V sodobnem času k trženjskemu komuniciranju prištevamo tudi trženje od ust do ust ter interaktivno trženje (Konečnik Ruzzier, 2018, str. 204).

Med cilje trženjskega komuniciranja lahko uvrstimo obveščanje porabnikov o dejavnosti storitvenega podjetja, ponavljanje že znanega obvestila o storitvah, prepričevanje porabnikov, da nakup oglaševane storitve daje več koristi kot nakup druge podobne storitve ter miselno povezovanje porabnikov z določenimi storitvami (Potočnik, 2000, str. 126).

2.2.5 Udeleženci pri izvajanju storitev

Zaposleni v podjetju predstavljajo najpomembnejši element, s katerim podjetje lažje dosega konkurenčno prednost na trgu. Ravno zaposleni so tisti, ki največ prispevajo k ohranjanju obstoječih strank in privabljanju novih, potencialnih porabnikov storitev. Storitveno podjetje mora jasno opredeliti, kaj točno pričakuje od zaposlenih pri njihovem izvajanju storitev ali kontaktiranju s strankami. Pri tem je izredno pomemben del trženjskega spleta usposabljanje, motiviranje, pridobivanje in nagrajevanje zaposlenih v storitvenem podjetju (Potočnik, 2000, str. 150).

2.2.6 Procesi

Procesi zajemajo celoten sistem izvajanja storitev v podjetjih, in sicer (Konečnik Ruzzier, 2018, str. 122):

- napisana pravila za izvajanje storitev,
- odnos zaposlenih do porabnikov ter njihovih pritožb,
- izvajanje rezervacij ipd.

Pri trženju storitvenih dejavnosti sta poleg zunanjega trženja pomembna tudi notranje in interaktivno trženje. Zunanje trženje lahko opredelimo kot tisto, ki ga podjetje usmerja na porabnike. Notranje trženje pa opredeljujemo kot trženje znotraj podjetja. Vanj prištevamo vsa izobraževanja in usposabljanja zaposlenih ter različne načine motiviranja zaposlenih, saj zadovoljstvo med zaposlenimi vpliva tudi na zadovoljstvo porabnikov. Odnosu med zaposlenimi in porabniki, kjer prihaja do njihovega skupnega soustvarjanja storitve in interakcije, pravimo interaktivno trženje (Konečnik Ruzzier, 2018, str. 122).

2.2.7 Fizični dokazi

Konečnik Ruzzier (2018, str. 121) pravi: » S pomočjo fizičnih dokazov oziroma fizičnega okolja skušajo podjetja svojim potencialnim porabnikom sporočiti kakovost, pozicioniranje in diferenciacijo svojih storitev.« Na podlagi fizičnih dokazov želijo storitvena podjetja premostiti neopredmetenost storitev in na ta način omogočiti njihovo opredmetenost oziroma otipljivost (Konečnik Ruzzier, 2018, str. 122).

Fizični dokazi so vse tisto, kar naročnik vidi ali občuti. V primeru transportnih podjetij fizične dokaze predstavljajo tovornjaki, delavnica in razna orodja. Za boljše zadovoljstvo naročnikov in višji dobiček podjetja morajo biti fizični dokazi podjetja predstavljeni v ustrezni kakovosti in videzu.

2.3 Trženjski načrt

Uspešnost storitvenega podjetja je v veliki meri odvisna od strateškega načrtovanja. Cilji strateškega načrtovanja so (Potočnik, 2000, str. 51):

- oblikovati storitve podjetja tako, da prinesejo načrtovan dobiček in dosežejo načrtovano rast;
- organizirati poslovanje storitvenega podjetja tako, da bo ostalo uspešno, tudi če pri kateri skupini storitev pride do težav.

Storitvena podjetja načrtujejo svoje trženje z nekajletnim strateškim načrtom, nato pa ga izvajajo v obliki enoletnega operativnega načrta trženja svojih storitev. Trženjski načrt

obsega pomembne elemente, kot so (Potočnik, 2000, str. 51–58): določitev strateških izhodišč, analiza sedanjega stanja, oblikovanje trženjskih strategij in trženjski programi.

3 ORGANIZIRANJE TRANSPORTNIH STORITEV V PODJETJU SIGR TRANSPORT

3.1 Predstavitev podjetja SIGR, d. o. o. – SIGR transport

Transportno podjetje SIGR, d. o. o., posluje že od leta 1936. Zaradi vedno večjega obsega poslovanja se je posledično povečalo tudi število vozil, zaposlenih ter poslovnih partnerjev. Podjetje je postalo bolj prepoznavno v domačem in mednarodnem transportu (SIGR, d. o. o. (2019b)).

Opremljeno je kar s 60 vozili, ki omogočajo prevoz raznovrstnega blaga, saj imajo temperaturne hladilnike (od –24 do +24 stopinj Celzija) kot tudi navadne priklopnike. Primera najpogostejših vozil iz njihovega voznega parka sta predstavljena na sliki 1. Podjetje SIGR, d. o. o., nudi prevoze hitro pokvarljivega in temperaturno občutljivega blaga, prevoze navadnega, paletiziranega blaga ter izredne prevoze. Pri opravljanju storitev uporabljajo (SIGR d. o. o., 2019b):

- 28 vlačilcev hladilnikov (nakladalna površina vsakega izmed teh je 33 euro palet),
- 3 vlačilce s ponjavo (nakladalna površina vsakega izmed teh je prav tako 33 euro palet),
- 25 prikoličarjev hladilnikov (nakladalna površina vsakega izmed teh je 38 euro palet).

Slika 1: Vozni park podjetja SIGR, d. o. o.



Vir: SIGR, d. o. o. (2019a).

Obravnavano podjetje ima 155 zaposlenih, ki vsakodnevno skrbijo za uspešno trženje in prodajo transportnih storitev stalnim naročnikom. Poleg direktorjev je v podjetju zaposlena tudi tajnica, ki skrbi za vsa administrativna dela. Podjetje SIGR, d. o. o., zaposluje 115 voznikov, ki v sodelovanju z disponenti skrbijo za pravočasno in kakovostno opravljene transportne storitve. Skrbniki strank v podjetju so zadolženi za želje in potrebe ter morebitne

težave naročnikov v zvezi s transportnimi storitvami. Poleg tega so v podjetju tudi sprejemna pisarna, pisarna za fakturiranje in računovodska pisarna. Med zaposlene podjetja pa prištevamo tudi: pravnico, skladiščnike, mehanike, skrbnike voznega parka in embalaže, hišnika in snažilko. Vsi zaposleni podjetja SIGR, d. o. o., so za opravljanje svojega dela strokovno usposobljeni. Poleg tega se vsi zaposleni dodatno izobražujejo in tako skušajo biti še bolj produktivni (SIGR d. o. o., 2019a).

V podjetju SIGR, d. o. o., se zavedajo, da je uspeh storitve oziroma končni rezultat močno odvisen od strokovnosti in znanja zaposlenih. Ravno zaradi tega svoje zaposlene dodatno izobražujejo in motivirajo. Odnos zaposlenih do naročnikov poteka strokovno in v skladu z navodili. Voznike redno izobražujejo, saj je za uspešno opravljeno transportno storitev odnos med voznikom in naročnikom izrednega pomena. Disponenti v podjetju so za svoje delo ustrezno usposobljeni in motivirani. Pri svojem delu so zelo komunikativni, za uspešno delo z naročniki pa morajo poznati vse značilnosti ponujene transportne storitve (SIGR d. o. o., 2019a).

Podjetje s svojimi transportnimi storitvami oskrbuje številne uporabnike iz raznih evropskih držav: Italija, Belgija, Nizozemska, Nemčija, Avstrija, Slovaška, Velika Britanija in držav bivše Jugoslavije (Hrvaška, Srbija ter Bosna in Hercegovina). Poleg tega storitve opravljajo tudi v prekomorskem transportu: Egipt in Izrael (SIGR d. o. o., 2019a).

Podjetje strankam ponuja dodatne storitve pri ravnanju z blagom (komisioniranje, pretovor, pogodbeno pakiranje, etiketiranje, EDI – zagotavljanje elektronske izmenjave podatkov), možnost skladiščenja blaga, različne komunalne storitve ter servis, vzdrževanje in pranje tovornih vozil. SIGR, d. o. o., je tudi pooblaščen servisier za Schmitz Cargobull v Sloveniji (SIGR d. o. o., 2019a).

3.2 Organiziranje cestnega tovornega hladilniškega transporta

Organizacija cestnega tovornega prometa pomeni izbiro (Jakomin, Jelenc & Vlačič, 2006, str. 121):

- najustreznejše vrste transporta,
- najustreznejših transportnih kombinacij,
- najboljšega načina transporta,
- optimalne transportne poti.

S podrobnim načrtovanjem prevoza podjetje dosega ugodne finančne rezultate, optimalno izkoriščanje transportne mehanizacije, pravočasno nakladanje in razkladanje tovora ter drugo.

Razvoj tehnologije je omogočil ogromen napredek v industriji. Organizirana priprava dela je v današnjem času zelo pomembna, saj se vse delo odvija na podlagi le-te. Bistvenega

pomena pa je tudi nenehno stremljenje k višji organiziranosti ter skladnosti, saj transport kot storitvena dejavnost dopolnjuje ostale panoge gospodarstva (Medeot, 1996, str. 19).

Pravilna organizacija prevoznega procesa pomeni za podjetje nižje stroške. Poleg visoke kakovosti prevoza je zelo pomemben tudi čas, v katerem je prevoz opravljen. Prevoz je najbolje organiziran, ko z minimalnimi stroški v minimalnem času dosežemo maksimalen učinek (SIGR d. o. o., 2019a).

3.2.1 Raziskava trga in naročilo

Podjetja najbolje oblikujejo svoje storitve takrat, ko poznajo in razumejo potrebe ter želje porabnikov. Podatke, ki so nujno potrebni za uresničitev trženjskega koncepta, podjetje pridobiva s temeljito raziskavo trga in tržno informacijskimi sistemi. Za vsako podjetje je zelo pomembno, da redno spremlja in kontrolira dogajanja na mednarodnih trgih kakor tudi v mednarodnem tržnem okolju (Šuštar, 1995, str. 59).

Glavni cilj raziskave transportnega trga je ugotavljanje (Ogorelc, 2004, str. 137):

- obsega povpraševanja,
- strukture povpraševanja,
- ponudbe transportnih storitev.

Zaradi vedno večje konkurence v tovornem transportu je za podjetje SIGR, d. o. o., izredno pomembno, da vsak dan spremlja stanje na trgu transportnih storitev in se na ta način ustrezno prilagaja morebitnim tržnim spremembam. Pri tem ima glavno vlogo prometna pisarna, ki s pomočjo interneta, preko telefona ali osebno, pridobiva potrebne podatke o cenah, kupcih ter konkurentih. S tem podjetju omogoča ogromno konkurenčno prednost (SIGR d. o. o., 2019b).

Naročilo transportnih storitev je v veliki meri odvisno od povpraševanja. V času sezonskih nihanj je povpraševanje po transportnih storitvah precej višje kot običajno. Obravnavano podjetje opravlja predvsem prevoze cvetja, zato je povpraševanje po prevoznih storitvah najvišje od meseca februarja pa vse tja do meseca junija (SIGR d. o. o., 2019b).

V podjetju SIGR, d. o. o., je sprejem naročila prvi korak pri organizaciji prevoza. Disponent preko telefona ali elektronske pošte sprejme naročilo, ki ga nato dobi še v pisni obliki. Disponent evidentira vse potrebne podatke, kot so: vrsta in teža blaga, način pakiranja, kraj in datum ter ura naklada oziroma razklada, plačilni roki, cena prevoza, količina ter dimenzija nakladalnih enot, kontaktne številke naročnikov. Pri naročnikih, s katerimi podjetje sodeluje že dalj časa in bolj pogosto, podrobni podatki niso potrebni. V tem primeru potrebuje disponent le čas in kraj naklada oziroma razklada (SIGR d. o. o., 2019b).

3.2.2 Določitev ustreznega transportnega sredstva

Na podlagi potrjenega naročila in vseh pridobljenih informacij podjetje določi najustreznejše transportno sredstvo za prevoz blaga. Transportno sredstvo mora imeti ustrezno opremo, prav tako pa mora biti tehnično brezhibno. Glede na to, da se podjetje SIGR, d. o. o., ukvarja s prevozi temperaturno občutljivega blaga (cvetje), je voznik pred začetkom vsake vožnje dolžan ohladiti oz. ogreti komoro na potrebno temperaturo. Poleg cvetja pa podjetje prevažata tudi drugo, temperaturno občutljivo blago (meso, kvas, zdravila) (SIGR d. o. o., 2019b).

3.2.3 Določitev optimalne transportne poti

Prevozni proces mora biti opravljen zanesljivo, varno, brez zastojev, v določenem roku in brez škode na tovoru. Ne glede na to pa vemo, da je vsak prevoz podvržen določenim vplivom in učinkom, zato si v podjetju prizadevajo, da bi bili ti čim manj negativni. Zato je izredno pomembno, da pred začetkom prevoza določimo prevozno pot, pri čemer je treba glede na vozilo in tovor upoštevati omejitve v zvezi s stanjem cest in mostov, glede dovoljene teže, obremenitve vozila ter izmer (višina, širina, dolžina), nagiba in spustov. Cilj načrtovanja prevozne poti pomeni izbiro najvarnejše in stroškovno najugodnejše prevozne poti (Logožar, 2004, str. 52).

Obravnavano podjetje večino svojih prevozov opravi na relaciji Slovenija–Nizozemska. Prevozi se največkrat opravljajo iz Kopra, Logatca in Jesenic do različnih krajev na Nizozemskem. Posebnosti pri določanju optimalne transportne poti ni. Voznik tovornega vozila prejme od prometnega disponenta naslov lokacije, do katere pride s pomočjo navigacije. Pri načrtovanju transportne poti voznik vedno izbere najkrajšo pot, ob upoštevanju določenih cestnih omejitev za tovorna vozila (SIGR d. o. o., 2019b).

3.2.4 Prevozna dokumentacija

Prevozna dokumentacija, ki je potrebna pri opravljanju transportnih storitev, je sestavljena iz dokumentacije voznika in vozila ter dokumentacije v zvezi s tovorom. Dokumentacijo voznika sestavljajo: veljavno vozniško dovoljenje, pogodba o zaposlitvi, veljavna osebna izkaznica ali potni list ter vsaj ena plačilna lista (v slovenskem in nemškem jeziku). Dokumentacijo vozila sestavljajo: veljavno prometno dovoljenje, zelena karta, zavarovalna polica ter voznikova kartica, kopija homologacije, originalen izvod licence za opravljanje mednarodnih prevozov, potrdilo o zavarovanju prevozniške odgovornosti in potrdilo o skladnosti varnejšega euro motorja s pripadajočim obrazcem. Dokumentacijo v zvezi s tovorom pa sestavljata tovorni list (fra. Convention relative au contrat de Transport international des Marchandises par route, v nadaljevanju CMR) ter potni nalog, ki sta razvidna iz prilog 1 in 2 ter dovolilnice in razne dobavnice (SIGR d. o. o., 2019b).

Ogorelc (2004, str. 426) pravi: »Tovorni list se izda ob sklenitvi prevozne pogodbe in izročitvi blaga v prevoz. Tovorni list je dokaz o sklenjeni prevozni pogodbi in hkrati potrdilo prevoznika, da je blago prevzel. Podpišeta ga prevoznik in pošiljatelj, ko je blago izročeno prevozniku.«

Podjetja v praksi uporabljajo obrazec CMR, ki vsebuje 24 točk, ki morajo biti v celoti izpolnjene (SIGR d. o. o., 2019b).

Poleg tovrnega lista (CMR) pa je eden pomembnejših dokumentov tudi potni nalog. Interni potni nalog za tovorno motorno vozilo obravnavanega podjetja vsebuje podatke o: (1) vozniku in sovozniku, (2) vozilu in prikolici, (3) datumu, (4) stanju km na števcu, (5) kraju/meji, (6) prihodu in odhodu, (7) razlogu postanka, (8) točenju goriva (SIGR d. o. o., 2019b).

3.2.5 Plačilo za opravljeno storitev

Naročnik storitve in prevoznik skleneta prevozno pogodbo, iz katere so razvidne pravice in dolžnosti obeh strank. Prevoznik se zaveže, da bo tovor pravočasno pripeljal v dogovorjeni kraj. Naročnik storitve pa se zaveže, da bo za opravljeno storitev prevozniku izplačal prevoznino oziroma dogovorjeno vsoto denarja (SIGR d. o. o., 2019b).

Podjetje SIGR, d. o. o., v pogodbah po navadi določi plačilne roke v trajanju od 30 do 90 dni. V pogodbah z domačimi naročniki je določen 30-dnevni plačilni rok. Tuji naročniki pa imajo možnost plačila transportnih storitev v 90 dneh od izstavitve računa. Podjetje naročniku izstavi račun in k računu priloži pravilno izpolnjen tovorni list CMR. Zelo pomembno je, da naročnik plača račun pravočasno. Ko je plačilo urejeno, lahko rečemo, da je prevozna storitev uspešno zaključena (SIGR d. o. o., 2019b).

4 ORGANIZIRANJE TRANSPORTNEGA PROCESA NA PRIMERU PODJETJA SIGR TRANSPORT

4.1 Posebnosti hladilniškega transporta

Podjetje SIGR, d. o. o. razpolaga z obsežnim voznim parkom, ki obsega približno 60 sodobno opremljenih tovornjakov hladilnikov, s polpriklopniki hladilniki (KÖGEL, SCHMITZ). Gre za ekološko sodobne tovornjake EVV in EURO 6. Primer ekološko sodobnega tovornjaka EVV je predstavljen na sliki 2.

Slika 2: Kögel prikolica podjetja SIGR, d. o. o.



Vir: SIGR d. o. o. (2019a)

Podjetje se ukvarja predvsem s prevozi temperaturno občutljivega blaga (cvetje, sadje, zelenjava, mlečni izdelki ipd.). Ravno zaradi tega je zelo pomembno, da je tovarišče ohlajeno vsaj eno uro pred začetkom natovarjanja blaga. Za prevoz blaga je hladilnik treba nastaviti na določeno temperaturo.

Na ta način ostane blago brezhibno oziroma nepoškodovano. Treba je izmeriti temperaturo blaga, ta pa mora biti enaka temperaturi, navedeni v spremnih listinah (SIGR d. o. o., 2019a).

4.2 Opremljenost vozil z elektronskim sistemom TrackNav

V obravnavanem podjetju se zavedajo, da vsako prilagajanje tržnim spremembam omogoča večjo uspešnost poslovanja podjetja. V ta namen so v podjetju stari potni nalog nadomestili z novim potnim nalogom, in sicer v elektronski obliki. Uporaba novega elektronskega naloga je za zaposlene učinkovitejša, lažja, predvsem pa enostavnejša. Prinaša obilo prednosti. Poudarek je predvsem na precej boljši sledljivosti voznikov, tovornjakov kot tudi samega tovora.

Delo z elektronskim potnim nalogom je veliko hitrejše, lažje in natančnejše. Na ta način podjetje želi odpraviti vse dosedanje težave, ki so nastajale pri izpolnjevanju stare oblike potnih nalogov. Z nalogom v elektronski obliki se pričakuje predvsem odprava oziroma znatno zmanjšanje števila nepravilno izpolnjenih potnih nalogov in težav glede same embalaže. Sledljivost je veliko boljša, kar pomeni, da izguba embalaže v prihodnosti ne bo več možna. Vedno pa seveda obstajajo izredni primeri, ko se embalaža vendarle vseeno izgubi. V takih primerih pa bodo lahko hitreje ukrepali in lažje ugotovili, kako je do tega prišlo in kdo je odgovorna oseba (SIGR d. o. o., 2019a).

4.3 Optimalna izraba transportnih zmogljivosti

Obravnavano podjetje se pri izbiri optimalne transportne poti odloča za najhitrejšo pot med točkama A in B. Za boljšo časovno izkoriščenost tovornjak vozita vedno dva voznika, in sicer vsak po 8 ur. Poleg tega si v podjetju prizadevajo zmanjšati prazne povratne vožnje (SIGR d. o. o., 2019a).

4.4 Nabava okolju prijaznejših tovornih vozil

Transportna dejavnost ima negativen vpliv na okolje, predvsem s hrupom in z onesnaževanjem zraka (CO₂). Hrup, povzročen s strani tovornjaka, meri 100 dB in negativno vpliva na zdravje človeka, saj lahko povzroča oglušitev, dekoncentrira in vpliva na živčni sistem ter psihično stanje človeka (Požar, 1985, str. 230–231).

Podjetje SIGR transport je kot prvo v regiji investiralo v dve Volvo vozili na utekočinjen plin (LNG). Vozili proizvajata kar 20 % manj CO₂ emisij kot primerljiv dizelski motor. Na ta način podjetje sledi smernicam trajnostne strategije, in sicer zmanjševanju ogljičnega odtisa (SIGR d. o. o., 2019a).

5 RAZISKAVA O ZADOVOLJSTVU S TRANSPORTNIMI STORITVAMI PODJETJA SIGR, D. O. O.

Z namenom analizirati zadovoljstvo in želje naročnikov transportnih storitev podjetja SIGR, d. o. o., sem izvedla anketo med tridesetimi rednimi naročniki transportnih storitev

obravnavanega podjetja ter podala ustrezna priporočila glede poslovanja podjetja v prihodnosti. Anketni vprašalnik sem pripravila v slovenskem jeziku in ga preko elektronske pošte poslala tridesetim podjetjem, ki so redni naročniki transportnih storitev podjetja SIGR, d. o. o. Anketo sem izvajala od 15. maja do 15. avgusta 2019. Anketni vprašalnik je bil s strani izbranih podjetij v celoti in pravilno izpolnjen. Z vprašalnikom sem zbirala podatke o zadovoljstvu in željah naročnikov glede obstoječe ponudbe transportnih storitev podjetja SIGR, d. o. o.

Glede na predhodna mnenja, ki jih zaposleni dobivajo s strani svojih strank, predpostavljam tri hipoteze, in sicer:

Hipoteza 1: V podjetju SIGR, d. o. o., so transportne storitve vedno pravočasno opravljene.

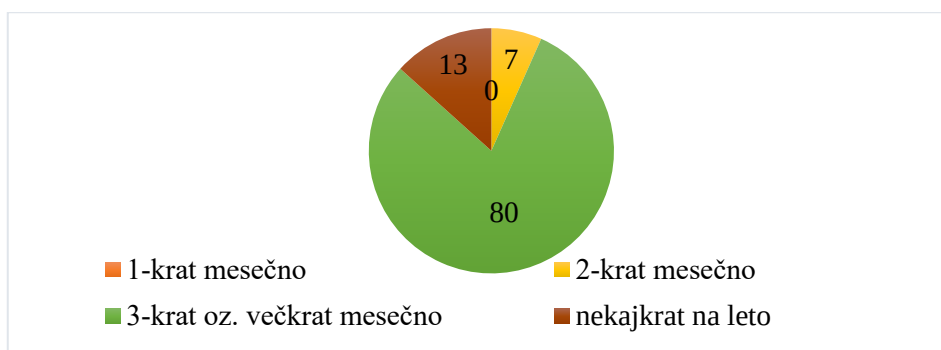
Hipoteza 2: Za naročnike transportnih storitev sta poleg pravočasno opravljene storitve pomembni tudi cena in kakovost opravljene storitve.

Hipoteza 3: Naročniki so s storitvami podjetja SIGR, d. o. o., zadovoljni.

5.1 Analiza vzorca

V vzorec je bilo zajetih 30 podjetij, ki so naročniki storitev podjetja SIGR, d. o. o. Slika 3 prikazuje podatke v %, iz katerih je razvidno, kako pogosto anketiranci naročajo transportne storitve analiziranega podjetja. Rezultati kažejo, da 80 % udeležencev naroča transportne storitve pri podjetju SIGR transport, in sicer trikrat oziroma večkrat mesečno. Največkrat so to potrebe večjih podjetij, in sicer po mednarodnih prevozi cvetja, sadja, zelenjave, alkohola, tekstila ipd. 7 % anketirancev transportne storitve naroča dvakrat mesečno, 13 % anketirancev pa naročila transportnih storitev opravlja enkrat mesečno. V teh primerih gre običajno za manjša podjetja, ki dostavljeno blago končnim porabnikom ponujajo v svojih prodajalnah.

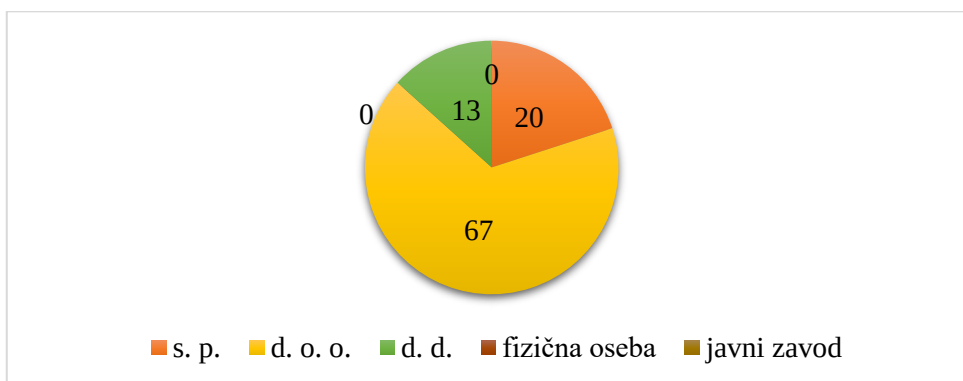
Slika 3: Pogostost naročanja storitev pri podjetju SIGR, d. o. o. s strani analiziranih podjetij (v %)



Vir: lastno delo.

Anketirana podjetja so v veliki večini družbe z omejeno odgovornostjo, delniške družbe in samostojni podjetniki posamezniki. Kar 67 % analiziranih podjetij je registriranih kot družba z omejeno odgovornostjo, medtem ko je 20 % anketirancev registriranih kot samostojni podjetnik posameznik. Iz slike 4 je razvidno, da delniško družbo predstavlja le 13 % vseh anketiranih podjetij. Fizičnih oseb in javnih zavodov med anketiranci ni bilo.

Slika 4: Organizacijska oblika analiziranih podjetij (v %)

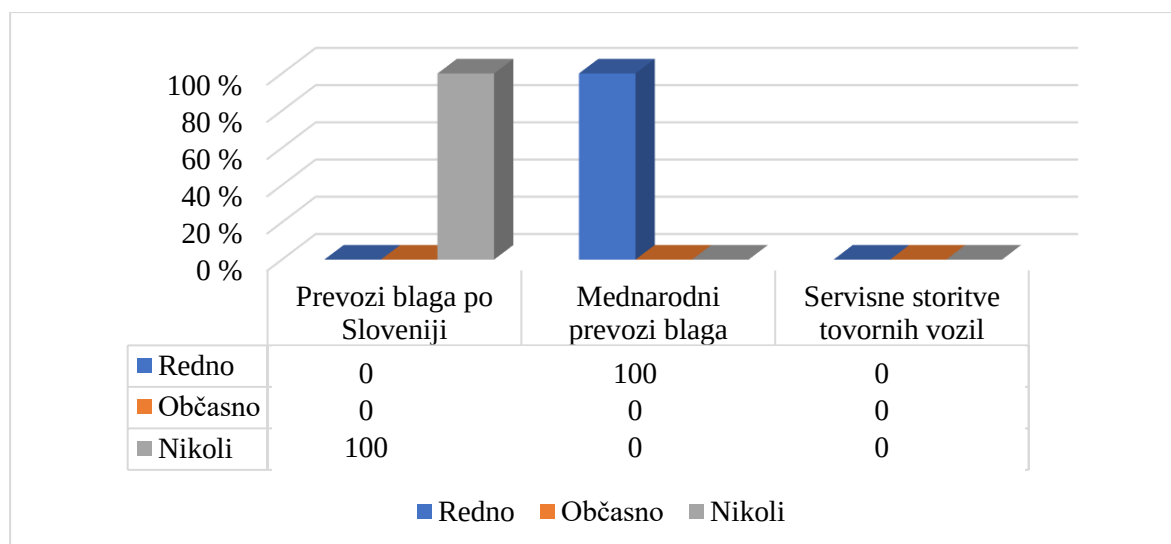


Vir: lastno delo.

Vsa anketirana podjetja so redni naročniki transportnih storitev podjetja SIGR, d. o. o. Slika 5 nam prikazuje, katere transportne storitve obravnavanega podjetja anketiranci najpogosteje naročajo. Vidimo lahko, da se obstoječi naročniki odločajo le za mednarodne prevoze blaga. Običajno prevoz poteka iz tujine do matičnega podjetja v Sloveniji. Večina podjetij blago ponuja končnim porabnikom v svojih prodajalnah. Nekaj pa je tudi takih

podjetij, ki imajo lastno distribucijo, kar pomeni, da po prejemu dostavljenega blaga, le-to razvozijo končnim naročnikom z lastnim voznim parkom. Iz rezultatov lahko sklepamo, da podjetje SIGR, d. o. o., za svoje naročnike ne opravlja transportnih storitev po Sloveniji oziroma jih na letni ravni opravi zelo malo. Nobeno od anketiranih podjetij ni nikoli koristilo ponudbe servisnih storitev tovornih vozil.

Slika 5: Pogostost naročanja transportnih storitev podjetja SIGR, d. o. o. (v %)



Vir: lastno delo.

5.2 Analiza rezultatov po posameznih vprašanjih

Najpomembnejši dejavniki pri odločanju o izbiri ponudnika transportnih storitev

Anketirana podjetja so s števkami od 1 do 11 označila najpomembnejše postavke pri odločanju o izbiri ponudnika transportnih storitev. Najpomembnejšo postavko so označila s številom 1, najmanj pomembno postavko pa s številom 11.

1. Pravočasno opravljena storitev

Kar 100 % anketirancev je mnenja, da je najpomembnejša postavka pri odločitvi glede ponudnika transportnih storitev čas, v katerem transportno podjetje lahko tovrstno storitev opravi. Pri transportu blaga je namreč zelo pomembno, da je storitev opravljena pravočasno, predvsem pri prevozu hitro pokvarljivega blaga.

2. Kakovost opravljene storitve

Poleg pravočasno opravljene storitve so vsa anketirana podjetja označila tudi kakovost opravljene storitve kot eno izmed najpomembnejših postavk pri odločitvi glede ponudnika transportnih storitev. Transportna storitev mora biti opravljena pravočasno in kakovostno, da bi lahko čim boljše zadovoljila želje in pričakovanja naročnikov.

3. Cene storitev

Cena transportne storitve je tretja najpomembnejša postavka vseh anketirancev. Vsa anketirana podjetja so mnenja, da mora biti transportna storitev opravljena hitro in kakovostno, hkrati pa mora biti cenovno dostopna. Cene anketiranci niso postavili na prvo mesto po pomembnosti, saj se mnogokrat zgodi, da je čas, v katerem mora biti blago dostavljeno, pomembnejši od cene, kar pomeni, da so anketiranci v tem primeru pripravljeni za transportno storitev plačati tudi več kot običajno.

4. Plačilni roki

Plačilne roke je kar 83,33 % anketirancev postavilo na četrto mesto po pomembnosti.

5. Odzivnost zaposlenih na morebitne težave

83,33 % anketiranih podjetij je mnenja, da je odzivnost zaposlenih na morebitne težave izredno pomembna postavka. V mednarodnem transportu je ogromno nepredvidljivih dogodkov. K temu največkrat pripomorejo razmere na cestah, fizične in psihične sposobnosti voznika, tehnična brezhibnost vozil ipd. V situacijah, ko nehoti pride do zamude pri prevozu blaga ali drugih nepredvidljivih dogodkov, je zelo pomembna odzivnost zaposlenih.

6. Strokovnost in znanje zaposlenih

Več kot polovica anketirancev je na šesto mesto po pomembnosti postavila strokovnost in znanje zaposlenih. Večina anketiranih podjetij je mnenja, da morajo izvajalci transportne storitve svoje delo opravljati zakonito in strokovno. Pomembno pa je tudi, da so zaposleni primerno izobraženi, saj na ta način delo poteka veliko hitreje in brez napak.

7. Komunikativnost, prijaznost zaposlenih

Komunikativnost in prijaznost zaposlenih je za naročnike storitev oziroma anketirance precej pomembna postavka, vendar ne za vse. Le polovica anketiranih podjetij je na sedmo mesto po pomembnosti uvrstila omenjeno postavko.

8. Videz transportnih sredstev

Videz transportnih storitev je na osmem mestu po pomembnosti glede izbire ponudnika transportnih storitev.

9. Zunanji videz zaposlenih

Več kot polovica anketiranih podjetij se strinja s tem, da je zunanji videz zaposlenih postavljen na deveto mesto po pomembnosti pri izbiri ponudnika transportnih storitev. Izvajalec transportne storitve mora biti ustrezno urejen oziroma njegov zunanji videz mora biti primeren.

10. Dolgoletna tradicija

Več kot polovici anketirancev dolgoletna tradicija transportnega podjetja ne predstavlja tako zelo pomembne postavke.

11. Priporočila drugih

Kar 56,67 % anketirancev so priporočila drugih o nekem transportnem podjetju najmanj pomembna postavka.

Glede na rezultate analize lahko rečem, da vsa anketirana podjetja izbirajo ponudnika transportnih storitev glede na čas, kakovost in ceno transportne storitve. Na končno odločitev anketirancev glede ponudnika transportnih storitev vpliva predvsem preplet vseh treh najpomembnejših postavk. Za naročnika je izrednega pomena, da je blago dostavljeno ob določenem času ne glede na vse nepredvidljive situacije, ki se lahko pripetijo med samim transportom. Istočasno mora biti transportna storitev cenovno dostopna in kakovostno opravljena, saj podjetja na ta način prihranijo pri nepotrebnih stroških (poškodba blaga, embalaže).

Obravnavano podjetje se mora pravočasno in uspešno prilagajati vsem tržnim spremembam, če želi obstati na trgu. V podjetju SIGR, d. o. o., se tega zavedajo, zato vedno stremijo k inovativnosti in še boljši organiziranosti, da bi s svojimi storitvami čim bolj ustregli svojim naročnikom.

Večina anketirancev je mnenja, da sta zelo pomembni postavki tudi plačilni roki za opravljeno transportno storitev in odzivnost zaposlenih na morebitne težave. V primeru transportne zamude ali poškodbe samega blaga oz. embalaže je zelo pomembno, da je izvajalec transportne storitve zanesljiv in se na morebitne težave odzove pravočasno. Poleg tega predstavlja za anketirance pomembno postavko tudi znanje in strokovnost ter komunikativnost izvajalcev transportne storitve. Tako obe stranki prihranita na času. Z ustreznim znanjem in komunikativnostjo izvajalca je transportna storitev opravljena pravilno ter hitro.

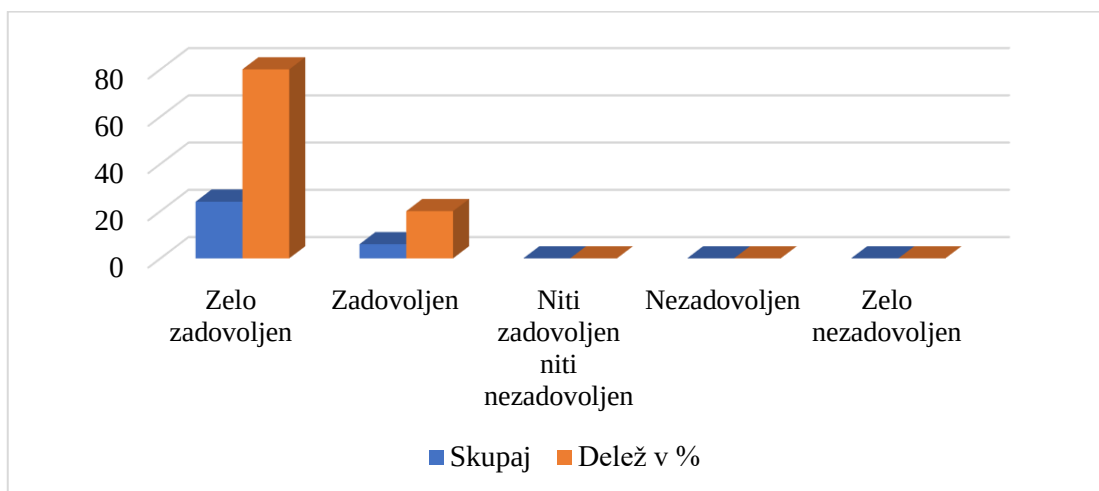
Zunanji videz zaposlenih, dolgoletna tradicija transportnega podjetja in priporočila drugih glede izvajalca transportnih storitev so postavke, ki zasedajo zadnja tri mesta po pomembnosti glede izbire ponudnika transportnih storitev. Omenjene postavke

anketirancem ne predstavljajo tako pomembne postavke, ki bi bila ključna pri izbiri nekega ponudnika transportnih storitev.

Zadovoljstvo s transportnimi storitvami

Rezultati iz slike 6 kažejo, da je 80 % anketirancev zelo zadovoljnih z obstoječo ponudbo transportnih storitev, 20 % anketirancev pa je z obstoječo ponudbo zadovoljnih. Takih anketirancev, ki bi bili z obstoječo ponudbo transportnih storitev niti zadovoljni niti nezadovoljni, nezadovoljni ali zelo nezadovoljni, glede na analizirane rezultate, ni.

Slika 6: Zadovoljstvo anketirancev z obstoječo ponudbo transportnih storitev



Vir: lastno delo.

Glede na pridobljene rezultate lahko rečem, da podjetje SIGR, d. o. o., posluje dobro in v skladu s pričakovanji in potrebami obstoječih naročnikov. Naročniki so z obstoječo ponudbo transportnih storitev zelo zadovoljni.

Tabela 1: Povprečno zadovoljstvo anketirancev z obstoječo ponudbo transportnih storitev

Zadovoljstvo	Aritmetična sredina	Standardni odklon
Ponudba transportnih storitev	4,8	0,4

Vir: lastno delo.

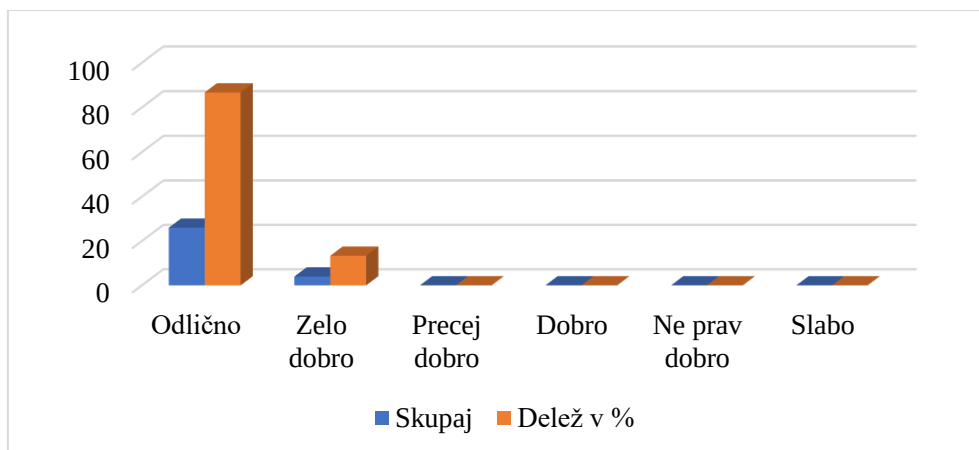
Tabela 1 prikazuje povprečno zadovoljstvo anketirancev z obstoječo ponudbo transportnih storitev podjetja SIGR, d. o. o. Anketiranci so v povprečju s ponudbo obstoječih transportnih storitev zelo zadovoljni, saj je aritmetična sredina zelo visoka in znaša 4,8.

Zaznana kakovost opravljenih storitev pri podjetju SIGR, d. o. o., in konkurenčnih podjetjih

Analiza je pokazala, da je kakovost opravljanja transportnih storitev v podjetju SIGR,

d. o. o., odlična. Slika 7 prikazuje podatke v %, iz katerih je razvidno, da so anketirana podjetja s kakovostjo transportnih storitev podjetja SIGR transport zelo zadovoljna. Skoraj 90 % anketirancev je mnenja, da je kakovost transportnih storitev analiziranega podjetja odlična. 13 % anketirancev pa meni, da je kakovost zelo dobra.

Slika 7: Ocena kakovosti opravljene transportne storitve

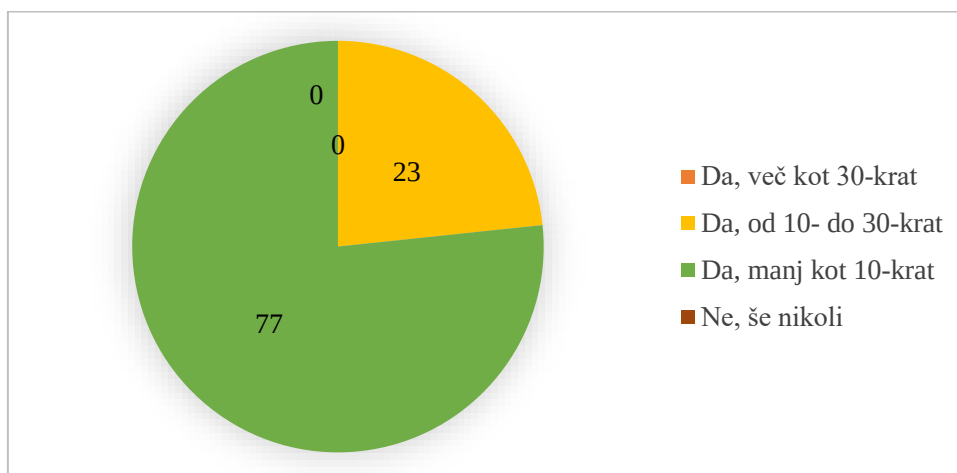


Vir: lastno delo.

Naročanje transportnih storitev pri konkurenčnih podjetjih

Največ anketiranih podjetij je transportne storitve naročalo pri konkurenčnih podjetjih manj kot 10-krat. 23 % anketirancev je transportne storitve pri konkurenčnih podjetjih naročilo od 10- do 30-krat. Vsa anketirana podjetja so redni naročniki podjetja SIGR transport in tovrstnih storitev ne naročajo več pri konkurenčnih podjetjih. Slika 8 podrobno prikazuje pogostost naročanja transportnih storitev pri konkurenčnih podjetjih s strani anketirancev. Pogostost tovrstnega naročanja je prikazana v odstotkih.

Slika 8: Pogostost naročanja transportnih storitev pri konkurenčnih podjetjih (v %)



Vir: lastno delo.

Ocena kakovosti transportnih storitev pri konkurenčnih podjetjih

Rezultati kažejo, da so vsi udeleženci zelo nezadovoljni s kakovostjo transportnih storitev pri konkurenčnih podjetjih.

Zvestoba podjetju SIGR, d. o. o.

Vsi anketiranci so z obstoječo ponudbo transportnih storitev podjetja SIGR, d. o. o., izredno zadovoljni in bodo v prihodnosti še naprej naročali storitve obravnavanega podjetja. Poleg tega bodo svoje zadovoljstvo z obstoječo ponudbo transportnih storitev priporočili tudi svojim znancem in prijateljem.

Polovica anketiranih podjetij je predlagala izboljšave na področju hitrosti opravljanja transportnih storitev. Z obstoječimi storitvami so anketirana podjetja zelo zadovoljna, vendar pa je njihova želja, glede na analizo, še hitrejša dostava tovara.

5.3 Diskusija in priporočila

Ponudniki transportnih storitev se zavedajo, da je zadovoljstvo uporabnikov eden glavnih ciljev sodobnega trženja. Transportna podjetja se skušajo čim bolj prilagajati vsakodnevni tržni spremembam ter posledično bolje zadovoljiti želje in potrebe naročnikov. Na ta način želijo obdržati obstoječe in pridobivati nove, zveste uporabnike. Zadovoljstvo uporabnikov je v celoti odvisno od ponudbe, ki mora biti kakovostna in cenovno dostopna.

Med anketiranimi podjetji je bila večina večjih podjetij, ki zelo pogosto naročajo transportne storitve v obravnavanem podjetju. Večinoma gre za naročanje mednarodnih prevozov blaga. Vsem anketirancem je pri odločitvi o izbiri ponudnika transportnih storitev, poleg pravočasno in kakovostno opravljenih storitev, pomembna tudi cena storitev. Rezultati ankete kažejo, da so anketirana podjetja zelo zadovoljna z obstoječo ponudbo in kakovostjo transportnih storitev obravnavanega podjetja. Glede na rezultate anketnega vprašalnika lahko rečem, da obravnavano podjetje odlično posluje. Uspešno se prilagaja vsakodnevni tržni spremembam in s trenutno ponudbo transportnih storitev zelo dobro zadovoljuje želje in potrebe naročnikov. Rezultati ankete so odlični, saj so povratne informacije naročnikov pozitivne in optimistične.

Na podlagi rezultatov iz anketnega vprašalnika lahko vse tri hipoteze v celoti potrdim.

Hipoteza 1: V podjetju SIGR, d. o. o., so transportne storitve vedno pravočasno opravljene.

Rezultati analize kažejo, da so transportne storitve obravnavanega podjetja vedno pravočasno opravljene. Z obstoječimi storitvami so vsa anketirana podjetja zelo zadovoljna, vendar je 50 odstotkov anketirancev vseeno predlagalo izboljšave na področju hitrosti opravljanja transportnih storitev. Rezultati analize so v celoti potrdili predpostavljeno

hipotezo, vendar so anketiranci mnenja, da bi bile transportne storitve lahko še hitreje opravljene.

Hipoteza 2: Za naročnike transportnih storitev sta poleg pravočasno opravljene storitve pomembni tudi cena in kakovost opravljene storitve.

Analiza je pokazala, da je kakovost opravljanja transportnih storitev v obravnavanem podjetju odlična. Poleg pravočasno opravljene storitve so vsa anketirana podjetja označila tudi kakovost opravljene storitve kot drugo izmed najpomembnejših postavk pri odločitvi glede ponudnika transportnih storitev. Glede na rezultate analize je cena transportnih storitev tretja najpomembnejša postavka vseh anketirancev. Drugo hipotezo lahko zato v celoti potrdim. Za naročnike transportnih storitev sta poleg pravočasno opravljene storitve pomembni tudi cena in kakovost opravljene storitve, na kar so opozorili vsi anketiranci.

Hipoteza 3: Naročniki so s storitvami podjetja SIGR, d. o. o., zadovoljni.

Tudi tretjo predpostavljeno hipotezo lahko v celoti potrdim. Glede na pridobljene rezultate lahko rečem, da podjetje SIGR, d. o. o., posluje dobro in v skladu s pričakovanji in potrebami obstoječih naročnikov. Anketiranci so v povprečju s ponudbo obstoječih transportnih storitev zelo zadovoljni, saj je aritmetična sredina zelo visoka in znaša 4,8. Takih anketirancev, ki bi bili z obstoječo ponudbo transportnih storitev niti zadovoljni niti nezadovoljni, nezadovoljni ali zelo nezadovoljni, glede na analizirane rezultate, ni.

Da bi obravnavano podjetje v prihodnosti poslovalo enako oziroma še bolje, pa vseeno priporočam naslednje:

- Dodatna izobraževanja in motiviranje zaposlenih, saj je uspeh podjetja močno odvisen od strokovnosti in znanja zaposlenih. Zaposleni morajo biti večji pri izpolnjevanju zahtev in pričakovanj naročnikov. Biti morajo komunikativni, prijazni in ustrezno usposobljeni za reševanje morebitnih sporov ter nesoglasij z naročniki. Podjetju SIGR, d. o. o., svetujem, naj svoje zaposlene ustrezno motivira in nagrajuje, saj bodo le tako s svojim delom zadovoljni, posledično pa bodo zadovoljni tudi naročniki.
- Nenehno prilagajanje tržnim spremembam. Podjetja lahko dosegajo dobre poslovne rezultate le, če se nenehno prilagajajo vsakodnevnim spremembam na trgu. Obravnavanemu podjetju svetujem nenehno prilagajanje tržnim spremembam, kot so: tehnologija, novosti pri voznem parku, zakoni in predpisi ipd. Na ta način bodo lahko dosegali tržno konkurenčnost in postali še boljši ponudnik transportnih storitev.
- Dodaten popust pri naročilu transportnih storitev za zveste naročnike.

SKLEP

V današnjem času je prilagajanje tržnim spremembam, nenehno učenje in inovativnost nekaj, kar igra zelo pomembno vlogo v poslovnem svetu. Podjetja morajo iti v korak s časom

in iskati nove načine za pridobitev konkurenčne prednosti. Ravno zato transportna podjetja dodatno izobražujejo svoje zaposlene in investirajo v vozni park, ki ustreza zahtevam ekološko naravnane sodobne družbe. Trudijo se biti čim bolj inovativni in se prilagajati vsem tehnološkim spremembam.

Storitve v primerjavi z izdelki izvajamo, in sicer na lokaciji ponudnika ter ob udeležbi porabnika. Porabniki pridejo na lokacijo, kjer ponudniki izvajajo storitve. Nakup storitve ne daje porabniku lastništva česar koli, ampak pomeni le začasno pravico do uporabe prostora in časa. Storitve ob nakupu ne moremo preizkusiti, saj so neotipljive, minljive, prav tako jih je nemogoče skladiščiti (Konečnik Ruzzier, 2018, str. 118). Trženjski splet je sestavljen iz sedmih prvin z začetno črko P, saj imajo posamezne prvine v angleščini začetno črko P. Med slednje uvrščamo (Devetak, 1996, str. 31–36): product (izdelek), price (cena), place (tržna pot), promotion (trženjsko komuniciranje), people (ljudje), processing (procesi), physical evidences (fizični dokazi).

Podjetje SIGR, d. o. o., se nenehno prilagaja tržnim spremembam. Z obstoječo ponudbo transportnih storitev odlično zadovoljuje želje in potrebe svojih naročnikov. Podjetje se trudi biti čim bolj inovativno in tako dosegati še boljše poslovne rezultate. Disponenti v obravnavanem podjetju vsakodnevno pridobivajo podatke o cenah, kupcih in konkurentih. Na ta način podjetju omogočajo veliko konkurenčno prednost. Obravnavano podjetje opravlja svoje prevoze na relaciji Slovenija–Nizozemska. Pri načrtovanju optimalne transportne poti disponent vedno izbere najkrajšo pot. Podjetje sodeluje s svojimi rednimi naročniki, nove potencialne naročnike pa pridobiva preko oglaševanja in neposrednega trženja. Podjetje vse zaposlene redno izobražuje in ustrezno nagraduje, saj je njegova uspešnost v veliki meri odvisna od strokovne usposobljenosti ter odnosa zaposlenih do svojih naročnikov. Obravnavano podjetje tudi sledi ekološkim smernicam za zmanjševanje ogljičnega odtisa in tako namenja skrb okolju. Podjetje SIGR, d. o. o., je opremljeno z najmodernejšim voznim parkom, saj je videz transportnih vozil za naročnike zelo pomemben pri izbiri ponudnika transportnih storitev.

Menim, da je v transportu zelo pomembno, da na tržne spremembe odreagirajo hitro, saj je konkurenca zelo močna, neprilagajanje pa lahko privede do neuspešnosti poslovanja podjetja. Z dodatnim izobraževanjem zaposlenih, v smislu boljše komunikativnosti, prijaznosti ter hitre odzivnosti, lahko zaposleni pripomorejo k povečanju produktivnosti v organizaciji. Zelo pomembno je, da so zaposleni pravočasno seznanjeni s spremembami na področju tehnologije. Predlagala bi tudi stimulacijo oziroma nagrajevanje zaposlenih, tako administrativnih delavcev kot tudi voznikov, saj bi na ta način podjetje lažje doseglo zastavljene cilje. Poleg tega bi podjetju predlagala tudi sprotne prilagajanje spremembam na področju voznega parka. Podjetje naj tudi v prihodnosti sledi inovacijam in smernicam za zmanjševanje ogljičnega odtisa. Na ta način bodo pridobili nove potencialne naročnike.

Na podlagi opravljene raziskave med naročniki storitev podjetja SIGR, d. o. o., ugotavljam, da je prioriteta naročnikov predvsem čas, v katerem je transportna storitev opravljena.

Naročniki so pripravljeni plačati več denarja za hitreje dobavljeno blago. Poleg tega pa sta za naročnike pomembni tudi kakovost opravljene transportne storitve in cena. Znanje in strokovnost ter komunikativnost izvajalcev transportnih storitev je za naročnike prav tako zelo pomembna postavka. Ustrezno znanje in pravilna komunikacija izvajalca transportne storitve omogoča hitro, kakovostno in pravilno opravljeno transportno storitev, posledično pa obe stranki prihranita na času. Pomembno je tudi, da so izvajalci transportnih storitev primerno zunanje urejeni.

LITERATURA IN VIRI

1. Devetak, G. (1996). *Marketinška zasnova podjetja*. Kranj: Moderna organizacija.
2. Devetak, G. (2000). *Temelji trženja in trženjska zasnova podjetja*. Koper: Visoka šola za management.
3. Jakomin, I. & Jelenc, M. & Vlačič, P. (2006). *Temelji poslovanja špedicije*. Portorož: Fakulteta za pomorstvo in promet.
4. Jakomin, L. & Pirš, A. (1996). *Kaj moram vedeti o cestnem prometu*. Portorož: Fakulteta za pomorstvo in promet.
5. Konečnik Ruzzier, M. (2018). *Temelji trženja*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
6. Logožar, K. (2004). *Poslovna logistika: elementi in podsistemi*. Ljubljana: GV Izobraževanje.
7. Medeot, M. (1996). *Prevozi*. Ljubljana: Založba Alea.
8. Oblak, H. (1997). *Mednarodna poslovna logistika*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
9. Ogorelc, A. (2004). *Mednarodni transport in logistika*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
10. Pepevnik, A. (2002). *Tehnologija prevoza tovora*. Maribor: samozaložba.
11. Potočnik, V. (2000). *Trženje storitev*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
12. Potočnik, V. (2002). *Temelji trženja: s primeri iz prakse*. Ljubljana: GV Založba.
13. Požar, D. (1985). *Teorija in praksa (transporta in) logistike*. Maribor: Založba Obzorja.
14. SIGR, d. o. o. (2019a). *Organiziranje transportnega procesa v podjetju SIGR, d. o. o.* (interno gradivo). Jesenice: SIGR, d. o. o.
15. SIGR, d. o. o. (2019b). *Predstavitev podjetja SIGR, d. o. o.* (interno gradivo). Jesenice: SIGR, d. o. o.
16. Šuštar, B. (1995). *Mednarodne trženjske raziskave*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.

PRILOGE

Priloga 1: Anketni vprašalnik

Spoštovana stranka!

Prosimo Vas za sodelovanje v anketi, saj nam Vaše mnenje ogromno pomeni. Z anketo skušamo zbrati podatke, na podlagi katerih bomo najlažje in najboljše sledili potrebam naših naročnikov.

ANKETNI VPRAŠALNIK

1. Ali poznate podjetje SIGR, d. o. o., in dejavnost, s katero se ukvarja?

(Pri vprašanjih 1. in 2. obkrožite odgovore!)

DA

NE

2. Kako pogosto naročate naše storitve?

a) Prevozi blaga po Sloveniji	Redno	Občasno	Nikoli
b) Mednarodni prevozi blaga	Redno	Občasno	Nikoli
c) Servisne storitve tovornih vozil	Redno	Občasno	Nikoli

3. Katera postavka je za Vas najpomembnejša pri odločanju o izbiri ponudnika transportnih storitev? (Napišite 1 za najbolj pomembno in 11 za najmanj pomembno postavko!)

a) Pravočasno opravljena storitev	_____
b) Kakovost opravljene storitve	_____
c) Cene storitev	_____
d) Plačilni roki	_____
e) Priporočila drugih	_____
f) Dolgoletna tradicija	_____
g) Videz transportnih sredstev	_____
h) Zunanji videz zaposlenih	_____
i) Komunikativnost, prijaznost zaposlenih	_____
j) Strokovnost in znanje zaposlenih	_____
k) Odzivnost zaposlenih na morebitne težave	_____

4. Kako ste zadovoljni z našo ponudbo transportnih storitev?

(Pri vprašanjih od 4. do 12. obkrožite odgovore!)

- a) Zelo nezadovoljen
- b) Nezadovoljen
- c) Niti zadovoljen niti nezadovoljen
- d) Zadovoljen
- e) Zelo zadovoljen

5. Ste zadovoljni z našo ponudbo servisa transportnih vozil?

- a) Zelo nezadovoljen

- b) Nezadovoljen
- c) Niti zadovoljen niti nezadovoljen
- d) Zadovoljen
- e) Zelo zadovoljen

6. Kako ocenjujete kakovost opravljene storitve prevoza blaga?

- a) Odlično
- b) Zelo dobro
- c) Precej dobro
- d) Dobro
- e) Ne prav dobro
- f) Slabo

7. Kako ocenjujete kakovost opravljene storitve – servisa transportnega vozila?

- a) Odlično
- b) Zelo dobro
- c) Precej dobro
- d) Dobro
- e) Ne prav dobro
- f) Slabo

8. Ste že kdaj naročali transportne storitve pri konkurenčnem podjetju?

- a) Da, več kot 30-krat
- b) Da, od 10- do 30-krat
- c) Da, manj kot 10-krat
- d) Ne, še nikoli

9. Kako bi ocenili kakovost transportnih storitev pri konkurenčnem podjetju?

- a) Boljša
- b) Enaka
- c) Slabša

10. Ali boste v prihodnosti ponovno naročali naše storitve?

DA

NE

11. V kolikor ste z nami zadovoljni, ali nas boste priporočili znancem, prijateljem?

DA

NE

12. Kolikokrat na mesec potrebujete naše storitve?

- a) 1-krat mesečno
- b) 2-krat mesečno
- c) 3-krat oz. večkrat mesečno
- d) Nekajkrat na leto

13. Dejavnost Vašega podjetja?

14. Organizacijska oblika opravljanja dejavnosti (Obkroži!):

- a) Samostojni podjetnik
- b) Družba z omejeno odgovornostjo
- c) Delniška družba
- d) Fizična oseba
- e) Javni zavod

15. Morebitni Vaši predlogi za izboljšanje obstoječih storitev našega podjetja?

Za sodelovanje se Vam zahvaljujemo!

Priloga 2: Neizpolnjeni tovorni list CMR

Slika 1: Neizpolnjeni tovorni list CMR

1 Izvod za pošiljatelja Exemplaire de l'expéditeur		Bizjak Aleksander d.o.o. Spodnji Plavž 14f, 4270 Jesenice, Slovenija T: +386 4 581 37 00, F: +386 4 581 37 10, E: info@sigr.si, www.sigr.si		Sigr Bizjak	
1 Pošiljatelj (popolni naslov) Expéditeur (nom, adresse, pays)	1a Država	MEDNARODNI TOVARNI LIST LETTRE DE VOITURE INTERNATIONALE CMR 0001195			
2 Prejemnik (popolni naslov) Destinataire (nom, adresse, pays)	2a Država	Za ta prevoz veljata: 1. Sporazum o pogodbi v mednarodnem cestnem prevozu blaga (CMR), brez oziroma kakršne koli druge dogovore. 2. Splošni pogoji natisnjeni na hrbtni strani tega potrdila o prevoznih pogojih. Ce transport est soumis, nonobstant toute clause contraire à: 1. La Convention relative au contrat de transport international de marchandises par route (CMR). 2. Conditions générales de transport international par route – imprimées au verso du cet document.			
3 Predvideno razkladišče v namembnem kraju (popolni naslov) Lieu prévu pour la livraison de la marchandise (lieu, pays)	3a) km do meje naše države	16 Prevoznik (popolni naslov) Transporteur (nom, adresse, pays)	16a ID številka / ID Nr.:	Sigr Bizjak Bizjak Aleksander d.o.o., Spodnji Plavž 14f, 4270 Jesenice, Slovenija Reg. št. vozila in priklovice	
4 Nakladališče (odhodni kraj, popolni naslov, datum) Lieu et date de la prise en charge de la marchandise (lieu, pays, date)	4a) km do meje naše države	17 Zaporedni (pod)prevozniki (popolni naslov) Transporteurs successifs (nom, adresse, pays)	Reg. št. vozila in priklovice		
5 Priložene spremne listine + nalog za naklad. št.: Documents annexés	18 Zadržki in pripombe prevoznika (glej opomnik na hrbtni strani 3. izvoda) Réserves et observations du transporteur				
6 Oznake in številke tovornikov Marques et numéros	7 Število tovornikov Nombre des colis	8 Vrsta ovojinine Mode de l'emballage	9 Vrsta blaga Nature de la marchandise	10 Carinska tarifa št.: No. de tarif:	11 Kosmata teža, kg Poids brut, kg
				12 Prostornina v m³ Cubage en m³	
Izmenjava temperatura blaga pri nakladu:					
NAKLAD: oddano - Sigr Bizjak LOADING: delivered by Sigr Bizjak ☐ EVRO palet ☐ H1 ☐ AFID ☐ E2 ☐ POLICE ☐ DO ☐ POD ☐ ROLLY		RAZKLAD: naloženo - Sigr Bizjak RETURNED to Sigr Bizjak ☐ EVRO palet ☐ H1 ☐ AFID ☐ E2 ☐ POLICE ☐ DO ☐ POD ☐ ROLLY		19 Posebni dogovori Conventions particulières	
13 Pošiljateljeva navodila (za carinske in druge postopke) Instructions de l'expéditeur MENJAVA EMBALAŽE (EVRO palet): DA / NE EXCHANGE (EU palets): YES / NO		20 Plača / pover par Prevoznik stroški Prix de transport Popusti Réductions Pribitek Solsa Dodatek Suppléments Pribitek stroškov Frais accessoires SKUPAJ TOTAL		Pošiljatelj Expéditeur V valuta Monnaie Prejemnik Le destinataire	
21 Izstavljeno v kraju Etablie à		22		23	
24 Pošiljko prevzel na razkladišču v: Marchandises reçues à (lieu):		25		26	

Vir: Sigr, d. o. o. (2019a).

Slika 2: Neizpolnjeni interni potni nalog podjetja SIGR, d. o. o.

		P.N.		do:		OBR 86-01	
		Spodnji Plavž 14/f, 4270 Jesenice		Veljavnost od:			
OBVEZEN VPIS: PRIMEK IN IME		OBVEZEN VPIS: PRIMEK IN IME		OBVEZEN VPIS: PRIMEK IN IME		OBVEZEN VPIS: PRIMEK IN IME	
VOZNIK:		VOZNIK:		VOZNIK:		VOZNIK:	
VOZILO:		VOZILO:		VOZILO:		VOZILO:	
Datum		Stanje km na števcu		Kraj / meja		Prihod	
h		min		h		min	
/		/		/		/	
RAZKLADI SKUPAJ		RAZKLADI SKUPAJ		RAZKLADI SKUPAJ		RAZKLADI SKUPAJ	
NAKLADI SKUPAJ		NAKLADI SKUPAJ		NAKLADI SKUPAJ		NAKLADI SKUPAJ	
OPOMBE		OPOMBE		OPOMBE		OPOMBE	
PRIHOD		PRIHOD		PRIHOD		PRIHOD	
NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD	
NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD	
NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD	
NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD	
NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD	
NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD	
NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD	
NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD	
NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD	
NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD	
NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD	
NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD	
NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD	
NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD	
NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD	
NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD	
NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD	
NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD	
NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD	
NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD	
NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD	
NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD	
NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD	
NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD	
NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD		NAKLAD / RAZKLAD / PRIHOD			

Vir: SIGR, d. o. o. (2019a).