

Handbok för personalen på Porkala Marin

Maria Rosenlew

Examensarbete
Företagsekonomi
2011

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram:	Företagsekonomi
Identifikationsnummer:	3464
Författare:	Maria Rosenlew
Arbetets namn:	Handbok för personalen på Porkala Marin
Handledare (Arcada):	Linn Hongell
Uppdragsgivare:	Galonis oy ab/Herrick Ramberg
<p>Sammandrag:</p> <p>Det här examensarbetet handlar om butikschefens uppgifter på Porkala Marin. Porkala Marin hör till företaget Galonis Oy ab och är en gästhamn i Porkala skärgård med tillhörande matbutik, café verksamhet och restaurang. Skribenten arbetade somrarna 2010 och 2011 på Porkala Marin som butikschef. Syftet med detta examensarbete är att med hjälp av en handbok, redovisa butikschefens uppgifter för framtida butikschefer och andra intresserade. Arbetet är begränsat till endast butikschefens uppgifter på Porkala marin. Det empiriska materialet har samlats ihop genom observation under skribentens arbete på Porkala Marin. Examensarbetet är uppdelat i två delar. I den första delen, teoridelen, har arbetet som syfte att lyfta fram information om Porkala Marin, vad en handbok är och allmänt om inköp. I den andra delen, som är själva handboken, finns det information om: butikschefens uppgifter, leverantörs uppgifter och allmänt om redovisning. Målet och resultatet av detta arbete, är att underlätta framtidens butikschefers arbete på Porkala Marin samt ge en allmän syn hur en gästhamn skall fungera.</p>	
Nyckelord:	Handbok, Porkala Marin, inköp, butikschef, leverantörer, gästhamn
Sidantal:	27
Språk:	svenska
Datum för godkännande:	

DEGREE THESIS	
Arcada	
Degree Programme:	Business administration
Identification number:	3464
Author:	Maria Rosenlew
Title:	A handbook for the staff at Porkala Marine
Supervisor (Arcada):	Linn Hongell
Commissioned by:	Galonis oy ab/Herrick Ramberg
<p>Abstract:</p> <p>This final thesis is a study about the store manager's tasks at Porkala Marine. Porkala Marine is a part of the firm Galonis Ltd and it is a marina in the Porkala archipelago. At Porkala Marine there is a small grocery store, a café and a restaurant. The writer worked summers of 2010 and 2011 at Porkala Marin as the store manager. The purpose of this thesis is by the help a manual, presenting the store manager's tasks and forward the information for future store managers and other interested people. The work is limited to only store the manager's work at Porkala Marin. The empirical case study developed through a qualitative case study, has been gathered by observation during the writer's work at Porkala Marin. The thesis is divided into two parts. In the first part, theoretical part, the work aims to highlight information about Porkala Marine, what a handbook is and is generally about purchasing. In the second part, which is the handbook, there is information about: store manager's tasks, vendor information and general accounting. The goal and the outcome of this work is to facilitate future store managers work at Porkala Marine and give a general view of how a grocery store operates.</p>	
Keywords:	Handbook, Porkala Marine, purchase, store manager, suppliers, marina
Number of pages:	27
Language:	Swedish
Date of acceptance:	

INNEHÅLL

FIGURER	5
TABELLER	5
1 INLEDNING.....	6
1.1 PROBLEMFÖRMULERING	6
1.2 SYFTE.....	7
1.3 AVGRÄNSNINGAR.....	7
2 PORKALA MARIN	8
2.1 ALLMÄNT	8
2.2 GALONIS OY AB FÖRETAGSORGANISATION	8
2.3 BUTIKEN.....	10
2.3.1 Butikschefens uppgifter	10
2.3.2 Porkala Marins målgrupper och kunder	11
2.3.3 Porkala Marins konkurrenter	11
3 VAD ÄR EN HANDBOK?	12
3.1 HUR MAN SKRIVER EN HANDBOK	12
3.2 HUR JAG SKRIVER PORKALA MARINS HANDBOK	13
3.3 FÖR VEM SKRIVER JAG?	14
3.4 UPPDELNING AV GRUPPER.....	14
3.4.1 Experter.....	14
3.4.2 Tekniker.....	14
3.4.3 Chefer	15
3.4.4 Nybörjare	15
3.5 MIN MÅLGRUPP.....	15
4 INKÖP	15
4.1 INKÖSPROCESSEN.....	17
4.1.1 Analys av inköpsbehov.....	17
4.1.2 Val av leverantör.....	18
4.1.3 Kartläggning av verkliga priser	19
4.1.4 Utformning av inköpsorder.....	19
4.1.5 Uppföljning av leverans	19
4.1.6 Ta emot och godkänna varor	20
4.1.7 Godkännande av leverantörens faktura för betalning.....	20
4.1.8 VARAN LEVERERAS TILL KUNDERNA.....	21

5 METODIK	21
5.1 VAD ÄR METODIK?	21
5.2 KVANTITATIV ANALYS	22
5.3 KVALITATIV ANALYS.....	22
5.3.1 Observation	23
5.3.2 Intervju.....	24
5.3.3 Fokusgrupper.....	24
5.3.4 Dokument som datakälla	24
5.4 METODIKEN SOM JAG VALT.....	25
6 DISKUSSION	25
KÄLLOR	27

Figurer

Figur 1. Ledningsstruktur för Galonis Oy Ab.....	9
Figur 2: Porkala Marins inköpsprocess, vilken både börjar och slutar med kunderna.....	16

Tabeller

Tabell 1: Procentuell fördelning av Galonis OY AB:s omsättning för år 2010 per verksamhetsområde och verksamhetspunkt.....	9
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---

1 INLEDNING

En blandning av skärgård, båtliv, restauranger och hamnbutiker hör till sommaren. Att få uppleva alla dessa drömmar samtidigt är en otrolig upplevelse. Jag arbetade sommaren 2010 och 2011 på Porkala Marin som platschef. Det var både en av de bästa somrarna och det bästa jobbet som jag har haft. Jobbet var tungt, men det var ett och annat som jag fick ut av det. Jag lärde mig bland annat om hur man driver en liten butik, hur inköp görs, hur vattensystem fungerar och vad man gör när man får fel leverans.

Porkala Marin ligger vid Porkala udds sydspets i Dragesviken, och erbjuder en servicepunkt och gästhamn intill farleden mellan Helsingfors och Ingå. Porkala Marin är en av tre gästhamnar som hör till bolaget Galonis OY AB. Företaget grundades år 1996, och två år senare grundades Porkala Marin. Porkala Marin gästhamn inkluderar en matbutik med ett café, en restaurang samt en servicepunkt för båtar.

Som butik chef måste man veta en hel del saker, allt från inköp av livsmedel till butiken och restaurangen, till personalfrågor och redovisning. Det är ett mycket brett område och man behöver ha sina ögon och öron öppna för att det skall lyckas. Det kan vara till nytta om man har studerat ekonomi eller arbetat i en butik tidigare. På det sättet får man en klarare bild vad butikschefens uppgifter är. Tack vare min kockutbildning kunde jag även sköta om restaurangen och dess områden.

1.1 Problemformulering

Sommaren 2011 var den sista sommaren jag arbetade på Porkala Main. Jag vill istället utveckla mig själv med nya erfarenheter och också hitta på något nytt och spännande att arbeta med i framtiden. Som butikschef lärde mig otroligt mycket och jag hoppas kunna föra vidare den kunskapen genom att skriva denna handbok, och därmed underlätta framtidens butikschefs arbete betydligt. Jag observerade flera svåra komplicerade rutiner som det inte fanns en handbok för, för att ta till hjälp. Detta ledde till många onödiga fel, speciellt i början av den nya säsongen. Därför hoppas jag att med hjälp av handboken kommer butikschefen att få en klarare bild hur hela inköpsprocessen för

varor går till på Porkala Marin. I handboken är också de viktigaste och största leverantörerna uppräknade och all information om dem finns på ett och samma ställe.

1.2 Syfte

Syfte med detta examensarbete är att underlätta personalens och butikschefens arbete på Porkala Marin. Med hjälp av en handbok kommer det att finnas all nödvändig information, som man behöver för att driva butiken vid Porkala Marin. Det kommer att underlätta för dem som kommer att arbeta på Porkala Marin i framtiden att ha all information på ett ställe. Den här handboken skall vara öppen för all personal, så de vet hur saker och ting fungerar.

Målet är att framställa en handbok för personalen, som skall underlätta framtidens arbetstagare vid Porkala Marin. I handboken kommer jag också att ge rekommendationer, vad man kan göra annorlunda till nästa år. Det är dock meningen att man skall kunna uppdatera denna handbok i framtiden och göra den up to date, om man så vill.

1.3 Avgränsningar

I mitt arbete på Porkala Marin, var jag anställd som platschef. Som platschef hade jag följande ansvarsområden: butikschef, restaurangchef och allmänt ansvarig. Inom detta arbete har jag valt att avgränsa detta arbete till endast butikschefens uppgifter. Detta är på grund av att butikschefens uppgifter är mest relevanta för mitt ämne och en av de viktigaste uppgifterna också.

2 PORKALA MARIN

I det här kapitlet kommer jag att beskriva Porkala Marin och dess verksamhet.

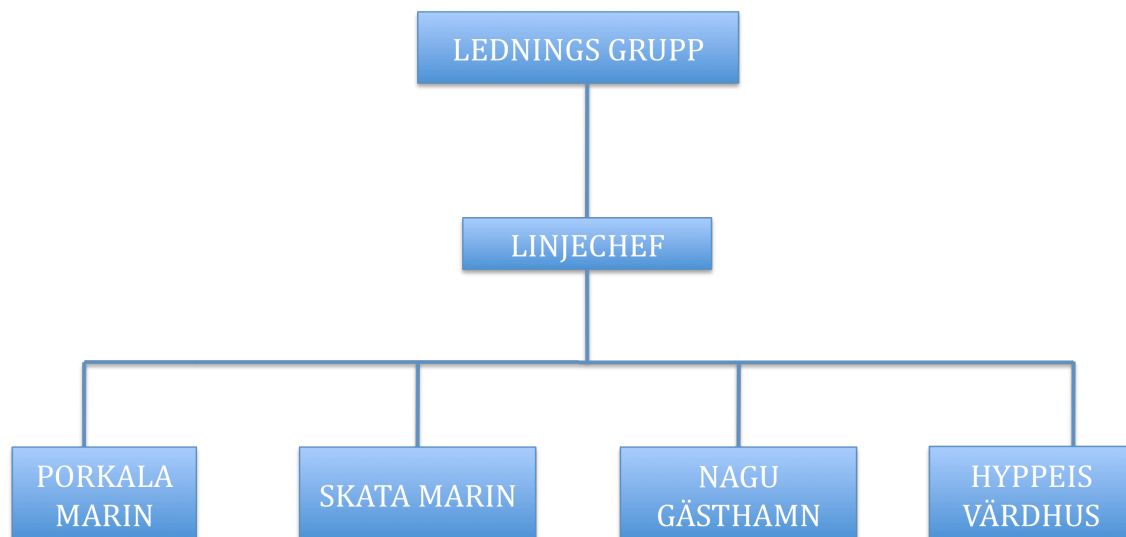
2.1 Allmänt

Porkala Marin erbjuder en servicepunkt och gästhamn intill farleden mellan Helsingfors och Hangö. Till Porkala Marin hör en matbutik med ett café, en kvälls- och lunchrestaurang samt en servicepunkt för båtförare som inkluderar gästplatser vid bryggan, tankning, bastu och användning av tvättmaskin.

Porkala Marin är en del av aktiebolaget Galonis OY AB, som grundades år 1996. Galonis syfte är att bedriva och utveckla butiks-, café-, restaurang-, gästhamns- och turistserviceverksamhet i Nylands- och Åbolandsskärgård. Företagets motto är ”För en levande skärgård”. Det är inte bara i Porkala som företaget är verksamt, utan även i Esbo, Nagu och Houtskär. Skata Marin finns på Sommaröarna i Esbo och erbjuder båtresenärerna bränsleförsäljning. I Väst Åboland finns Nagu Gästhamn och på Houtskär finns Hypeis Vårdshus.

2.2 Galonis OY AB företagsorganisation

Galonis oy ab leds av styrelseordförande Herrick Ramberg. I styrelsen sitter också Fredrik Ekroos. Utanför styrelsen fungerar en linjechef, Filip Brenner, och fyra stycken platschefer, en för varje lokalt verksamhetsområde (Figur 1). Platscheferna sköter om personalen på det verksamhetsområdet de är stationerade på. Totalt hade Galonis OY AB under sommaren 2011, 31 anställda: 11 stycken på Porkala Marin, 3 stycken på Skata Marin, 13 stycken på Nagu Gästhamn och 4 personer på Hypeis Vårdshus. Alla dessa sommararbetare var mellan 18 och ca 24 år gamla.



Figur 1. Ledningsstruktur för Galonis Oy Ab

Hela Galonis OY AB:s omsättning för år 2010 var 1,3 miljoner €. Porkala Marin utgör 30 % av omsättningen, Skata Marin 40 %, Nagu Gästhamn 21 % och övrig verksamhet utgör 9 % (Tabell 1). Skata Marin erbjuder främst bränsle, men det finns också en kiosk, som erbjuder smätt och drick bart. Nagu Gästhamn har en gästhamn för ca 110 båtplatser och på området finns det också ett café. På grund av att Hypeis Vårdshus startades sommaren 2011, är det inte med på 2010:ans omsättning.

Tabell 1: Procentuell fördelning av Galonis OY AB:s omsättning för år 2010 per verksamhetsområde och verksamhetspunkt

	PORKALA	SKATA	NAGU	ÖVRIGT	SUMMA
ANDEL AV OMSÄTTNING 2010	■	■	■	■	■
BUTIK	■				
RESTAURANG	■		■		
KIOSK/ SERVICE		■			
BRÄNSLE	■	■			
HAMN & SERVICE	■		■		
ÖVRIG VERKSAMHET				■	

2.3 Butiken

Porkala Marins matbutik är öppen från maj till slutet av augusti. Under högsäsongen, som börjar efter midsommaren och slutar i början av augusti, är butiken öppen varje dag från nio på morgonen till nio på kvällen. I butikens sortiment finns allt från vardagliga färska livsmedel, som till exempel mjölkprodukter, bröd, grönsaker och köttprodukter, till konservburkar och alkohol. Varusortimentet motsvarar en närbutik, men med ett mindre utbud av varor. I butiken finns också varor som lämpar sig för båtresenärer som till exempel båtlor, verktyg, maritima prylar och sjökort. Det finns också varor i butiken som lämpar sig för presenter. I anknytning till butiken finns det också ett café, var det säljs semlor och bullar. Caféet har A-rättigheter och dess terrass har plats för ca 100 personer.

2.3.1 Butikschefens uppgifter

Som butikschef måste man ha bra kontakt med tre grupper; kunderna, personalen och leverantörerna. Det är viktigt att kunderna i butiken vet vem som är butikschef, för att veta vem de skall vända sig till om de behöver fråga om något. Samma sak gäller för personalen, man skall ha en bra kontakt till personalen, men samtidigt får man inte vara för sträng eller för vänlig mot dem. Leverantörerna behöver också veta vem de skall parata med i företaget om det kommer något emot.

Butikschefens viktigaste uppgift är dock alla inköp och beställningar som görs, för att hålla uppe butiksverksamheten. Som butikschef är det flera leverantörer man måste hålla reda på, Porkala Marin har nio stycken leverantörer, vissa större än de andra. Butikschefens uppgifter är också att välja vilka tidningar man vill sälja i butiken, samt att beställa in dem och sedan varje vecka redovisa för de tidningarna som inte blev sålda.

Till butikschefens arbete hör också att förstå och kunna hela tiden vara ett steg före alla andra. Att upptäcka att det kommer att uppstå ett behov av en viss produkt, i så god tid att man hinner beställa in produkten före det är tomt på hyllan, är också en viktig egenskap/uppgift för butikschefen. Som butikschef bestämmer man också vilka produkter man vill ha på butikshyllorna, men det är viktigt att produkterna motsvarar det som de flesta kunder vill ha.

2.3.2 Porkala Marins målgrupper och kunder

Porkala Marin har fyra olika kundgrupper som besöker platsen. Dessa är båtresenärer, grannar, motorcyklister och övriga besökare.

Av de fyra kundgrupperna utgör båtresenärer den största gruppen som också spenderar mest pengar av de fyra kundgrupperna. De utgör ca 45 % av alla kunder som besöker Porkala. Dels köper båtresenärerna mat från butiken, dels äter de på restaurangen. De brukar vanligtvis ha tomt på råvaror, när de lägger till vid hamnen, och därför de köper en hel del. En stor del av båtresenärerna är utlänningar, de utgör ca 40 % av alla.

Grannarna utgör ca 30 % av kunderna som besöker Porkala och de spenderar medelmåttigt med pengar. Till gruppen grannar hör både lokal befolkning och sommargäster. Ibland unnar sig grannarna att gå på restaurang på kvällen eller äter en pizza under lunchen från lunchrestaurangen ”Grillen”. Porkala Marins grannar brukar komma till butiken för att köpa de nödvändigaste varorna. Det kan vara frågan om färskt bröd, mjölkprodukter eller grönsaker. Men tyvärr storhandlar de sällan. En av orsakerna kan bero på att butikens priser inte är lika låga och förmånliga som de stora livsmedelkedjornas priser. Grannarna kommer också till Porkala för att köpa dagens tidning och för att njuta av en kopp kaffe på terrassen. Porkala Marin är också en mötespunkt för grannar och deras bekanta.

De två sista grupperna; motorcyklister och övriga besökare är nästan samma sak. Det är besökare som har tappat bort sig, nyfikna gäster som besöker Porkala en enda gång eller turister. Den här gruppen utgör ca 25; motorcyklisterna 15 % och andra besökare 10 %. Motorcyklisterna är den gruppen som köper allra minst, vanligtvis bara en kopp kaffe och något sött att äta. De sitter gärna länge på terrassen och njuter medan de tar en paus i körandet.

2.3.3 Porkala Marins konkurrenter

Porkala Marin konkurrerar med andra gästhamnar både ute till havs och på fastlandet. Ut till havs ligger närmaste bensinservicestation västerut i Ingå och österut på Skata Marin. Skata Marin hör också till Galonis OY AB och finns i Esbo, på Sommaröarna,

och är därför ingen riktig konkurrent. Bensinservicepunkten i Ingå är en stor konkurrent för oss, fastän den ligger så långt borta från Porkala. Porkala Marins nackdel är att de saknar möjlighet att förse båtar med dricksvatten, vilket kan leda till att en del båtresenärer vänder om eller inte alls anlöper hamnen.

Det finns tre platser på fastlandet som är konkurrerande med Porkala Marin. Det första är Café Porkkala, ett litet café vid Porkalavägen, ca 5 kilometer från Porkala Marin. Till Café Porkkala, kommer det folk som inte känner igen att Porkala Marin finns till. Det är främst motorcyklister och övriga kunder som hittar dit. Det andra är Gårdsbutiken, en ekologisk matbutik ca 15 kilometer från Porkala udd. Gårdsbutiken är ett mycket populärt och idylliskt ställe, de säljer egna bakverk och egna grönsaker som de själv har odlat. Ibland har de också olika tillställningar, som lockar fler kunder till dem. Gårdsbutiken ligger också närmare Kyrkslätt och 51:an och på det sättet får de mycket kunder. Slutligen är det Kyrkslätt centrum med de stora livsmedelkedjorna som till exempel Prisma och K-Citymarket. De stora livsmedelkedjorna har ett större utbud av varor och kan därmed pressa ner sina priser. De ligger också i centrum av Kyrkslätt.

3 VAD ÄR EN HANDBOK?

En handbok är en bok eller ett häfte som innehåller instruktioner om hur man installerar eller använder en produkt. Produkten kan vara vad som helst, allt från hur man sköter en trädgård till hur man programmerar en dator. Beroende på vad allt handboken skall innehålla, kan den vara kort eller lång, det vill säga det finns ingen bestämmelse hur lång en handbok skall vara. (Online Technical Writing: User Guides)

I det här kapitlet beskrivs hur man skriver en handbok och vad man bör tänka på när man skriver den, för att den skall optimalt passa läsaren.

3.1 Hur man skriver en handbok

Det viktigaste när man skriver handböcker är att inkludera instruktioner som beskriver hur man gör saker steg-för-steg. Med hjälp av steg-för-steg metoden kan man lätt

beskriva procedurer och rutiner. Fastän det ser lätt ut att skriva handböcker, så är det inte det. Det finns många handböcker som är dåliga, otydliga eller för komplicerat skrivna, då författaren tror att läsaren förstår det. (Online Technical Writing: Instructions)

Viktiga punkter är:

1. Handboken skall vara klar och enkelt skriven. Språket skall vara simpelt för att undvika missförstånd.
2. Skribenten bör sätta sig i läsarens plats och förstå vad man skrivit.
3. Det är ofta oförutsägbart svårt att beskriva i handboken något man har sett eller utfört men övning ger färdighet.
4. För att kunna skriva en bra handbok, bör man testa handboken själv. Om testaren förstår hur man skall gå till väga med hjälp av handbokens instruktioner, så har man lyckats med att skriva en bra handbok!

3.2 Hur jag skriver Porkala Marins handbok

Jag kommer att skriva Porkala Marins handbok på ett lättförståeligt sätt. Jag kommer att använda steg-för-steg metoden, vilket betyder att jag kommer att skriva instruktionerna enkelt och numrera de olika stegen i varje kapitel. Jag ämnar också använda korta meningar för att göra handboken lättläslig. (Online Technical Writing: Instructions)

För att förstå bättre vad det står skrivet i handboken har jag också tänkt ge exempel på hur det kan gå i verkligheten. Som tillexempel visa hur man beställer in varor med hjälp av en handdator. Med hjälp av exempel kan man lättare få kontakt med läsaren, speciellt när det gäller instruktioner.

3.3 För vem skriver jag?

Det är viktigt att veta till vem man skriver handboken, för att kunna använda samma språk och termer. Annars förstår inte läsaren handboken, och då är själva handboken inte till 100 % tillgänglig. Man kan dela upp läsare i olika grupper, för att lättare utse sin målgrupp som man skall skriva handboken åt. Grupperna delas in baserat på hur mycket de vet om de olika ämnena, ifall de kan alla termer, eller om de är nybörjare. (Online Technical Writing: Audience Analysis)

3.4 Uppdelning av grupper

Jag kommer att med hjälp av fyra grupper: experter, tekniker, chefer och nybörjare, sådana som inte alls har kunskap om ämnet.

3.4.1 Experter

Experter är personer som vet allt om en produkt, då de har designat den och testat den. De brukar vanligtvis ha en hög utbildningsnivå. Inom Porkala Marin representeras experten av styrelseordförande Herrick Ramberg. Nybörjare inom ämnet brukar ha svårt att förstå vad experterna menar, för de använder ett för svårt språk. Vanligtvis förekommer det även problem när experten skall förklara något åt tekniker och chefer. (Online Technical Writing: Audience Analysis)

3.4.2 Tekniker

Teknikerna bygger, driver och underhåller produkten så att den inte går sönder och att fungerar problemfritt. De har en otrolig bred kunskap om teknik och vet hur saker skall fungera, men på ett mera praktiskt sätt. (Online Technical Writing: Audience Analysis)

På Porkala Marin är teknikerna de som underhåller specifika maskiner på området,

såsom öl-kranar eller bensinpumparna.

3.4.3 Chefer

Cheferna handlar med de produkter som experterna och teknikerna har producerat. De tar alla statliga, juridiska och politiska beslut som har något att göra med produkterna, såsom när en vara skall ut på marknaden och när den skall produceras. Ibland är det så att cheferna har ungefär lika lite kunskap om produkten som nybörjarna. (Online Technical Writing: Audience Analysis)

På Porkala Marin är det linjeföraren Filip Brenner som motsvarar denna kategori.

3.4.4 Nybörjare

Nybörjarna har allra minst kunskap av alla grupper. De kan ha samma vilja och intresse som teknikerna, men den är mera praktiskt inriktad. De vill försöka använda en ny produkt för att utföra nya utmaningar eller förstå varför man skall göra på ett speciellt sätt. (Online Technical Writing: Audience Analysis)

På Porkala Marin är sommaranställda och nyanställda enhetschefer nybörjare.

3.5 Min målgrupp

För att kunna skriva en bra handbok och för att de anställda skall ha nytta av den, måste läsarna förstå allt som menas. På Porkala Marin är det ungdomar som jobbar i butiken, och dessa är nybörjare. Därför kommer jag att skriva handboken för nybörjare utan tidigare kunskap.

4 INKÖP

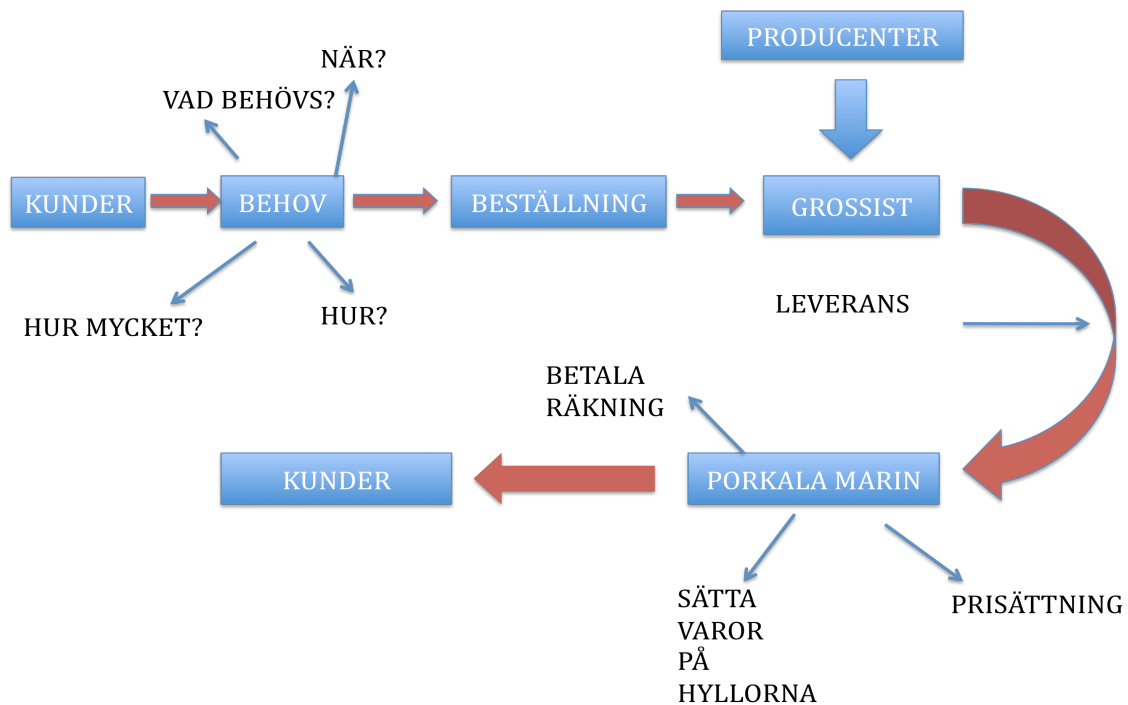
De flesta företag köper dagligen in olika varor eller tjänster. Varor och tjänster kan inkludera material till deras produktion eller deras lager, utomstående transporter eller städfirmor som städar företaget. Definitionen av inköp är en process var man skaffar fram varor eller tjänster till produktionsenheter eller till företag. Med andra ord är det

hela köpprocessen som är det egentliga inköpet. När man gör ett inköp skall man identifiera behovet och budgeten, välja leverantör, hitta det rätta priset, skapa kontakter samt uppföljning av varan. (Persson & Virum 1996 s. 195) Inom detta arbete kommer fokus att ligga på inköp till livsmedelhandeln.

Förr i tiden när man köpte varor spelade priset en mycket stor roll. Det var också vanligt att man pressade försäljarna för att få så lågt pris som möjligt. På 1970-talet förändrades tanken, nu var det inte bara det bästa priset man ville ha, utan man ville också ha mera från försäljaren. Som till exempel ville man ha en bestämd leveranstid, kvaliteten skulle vara bra och samarbetsförmåga. De här extra kvalitéerna blev något som heter Just-in-Time. Man pratar om att tillverkningen av en vara skall göras med Just-in-Time principen, vilket betyder att man skulle ha noll lager, noll omställningstid och leverans när man behöver det. Istället för att koncentrera sig på endast priset, börjar man nu öppna sina ögon och kräva mera. (Persson & Virum 1996 s. 196)

I dag är inköparen i ett företag en nyckelperson. Företagets framgång och konkurrenskraft beror mycket på hur bra inköparen är att göra affärer. Ibland bör inköparen hitta nya leverantörer hela tiden, om man vill bli bättre. Det är också viktigt att utveckla sig på de andra områdena i företaget. (Persson & Virum 1996 s. 196)

Inköparen har många uppgifter men det viktigaste är nog att man skall köpa rätt kvantitet, vid rätt tidpunkt från rätt källa till rätt pris. Det här betyder med andra ord att priset, kvaliteten, tiden och kvantiteten är de viktigaste milstolparna, när man köper in något. (Storhagen 2003 s. 74)



Figur 2: Porkala Marins inköpsprocess, vilken både börjar och slutar med kunderna

4.1 Inköpsprocessen

Inköpsprocessen är en lång kedja, och beskriver hur ett inköp görs och vad allt processen skall innehålla. Det går från ett behov hos en kund tills att varorna är framme hos kunden. Det finns olika steg i en inköpsprocess som man skall följa, för att uppnå ett bra resultat. I det här kapitlet beskrivs hur en inköpskedja kan se ut för en dagligvaruhandel. (Persson & Virum 1996 s. 202-203)

4.1.1 Analys av inköpsbehov

I den första delen av inköpsprocessen skall man identifiera vad man vill köpa in, hur mycket, och hur logistiken runt inköpet skall fungera. Med andra ord skall man identifiera behovet, fundera ut när man behöver leveransen och på vilket sätt. Det är också viktigt redan i det första skedet att veta vad man har för budget. (Persson & Virum 1996 s. 202-203)

Ett inköp börjar alltid med kunden, det är när kunden som behöver något som det uppstår ett behov (Figur 2).

Ofta köper ett företag vissa varor relativt ofta, och då är det frågan om ett rutinerat inköp. Detta betyder att företaget redan vet vad som skall köpas in, av vilken leverantör de skall köpa varorna, och hur mycket. Vid sådana rutininköp kan man komma överens om ett ramavtal, vilket innehåller en prislista som hålls konsekvent under alla inköp. Vid inköp skickar man därför direkt in orderbeställningen, utan att behöva skicka offertförfrågningar eller anbud till leverantören. (H2000 2002 s. 96-97)

Porkala Marin har ett ramavtal med sin största leverantör, grossisten. I det står det under vilka dagar leveransen skall komma, och på vilka varor som Porkala Marin får rabatt. Porkala Marin har även ramavtal med grossisten Metro Wihuri, Hartwall, Sinebrychoff, Halme, Four Season Fish och Valio, vilket är praktiskt då de har använt sig av samma leverantörer i flera år.

4.1.2 Val av leverantör

Ifall man inte har ramavtal med leverantörer sedan tidigare måste man gå igenom den långa processen att hitta nya leverantörer. Att hitta en bra leverantör är den viktigaste delen av inköp. (Persson & Virum 1996 s. 203-204)

Det finns flera olika sätt som man kan gå till väga på för att hitta en bra och pålitlig leverantör för en viss produkt eller en viss tjänst. Mässor är ett bra alternativ när man söker efter en viss kategori av leverantör eftersom mässorna oftast är specialiserade inom olika områden och branscher. Dessutom erbjuder mässorna inköparen tid att tala med de intressantaste försäljarna ansikte mot ansikte, samt brosyrer, visitkort och ett bredare utbud av kontakter. (H2000 2002 s. 48-49)

Andra källor är tidningar som är specialiserade på det området man är intresserad av, branschorganisationer, handelskamrar, internet och personliga kontakter. (H2000 2002 s. 48-51)

Det kan vara bra att inte ha för många leverantörer. Om du köper varor från allt för många kan det vara att dina kunder tycker att sortimentet känns splittrat och kanske lite rörigt. Då du köper från för många leverantörer blir du även en mindre kund för

leverantörerna, som kanske inte prioriteras om leveransen blir försenad eller något liknande sker. (H2000 2002 s. 59)

Men det är inte heller bra att ha för få leverantörer. Man vet aldrig vad som kan hända i framtiden och därför är det bra att känna till en alternativ leverantör som kan leverera samma varor. Det som inte får hända är att man skulle bli utan alla varor från en hel varugrupp och därmed tappa både kunder och försäljning. Om det är frågan på varor som företaget alltid vill ha i sitt varulager, lönar det sig att köpa in dem från åtminstone två olika leverantörer, för att försäkra att det alltid skall finnas varor på hyllorna.

Porkala Marin kan köpa sina varor från två olika grossister, i Lojo och i Sockenbacka, även om dessa två hör till samma grossistkedja. (H2000 2002 s. 59)

4.1.3 Kartläggning av verkliga priser

När man väljer nya leverantörer och utforskar olika priser i processen är det viktigt att försöka uppnå bästa möjliga pris från leverantören. Kostanden på produkten är inte samma sak som priset på produkten. Vanligtvis kommer det även andra kostnader med varan, så som transportkostnader. (Persson & Virum 1996 s. 204)

4.1.4 Utformning av inköpsorder

En inköpsorder är ett juridiskt bindande dokument när man köper in varor. När det är undertecknat och godkänt av leverantören är det ett juridiskt kontrakt för leveransen. I en inköpsorder skall det finnas all information, allt från priset på varan och leveranstider till betalningsvillkor och hur problem skall lösas, om det händer något. Inköpsorder görs alltid, oberoende om det finns ett ramavtal eller inte. (Persson & Virum 1996 s. 204-205)

4.1.5 Uppföljning av leverans

Leverantören är skyldig att leverera varorna på utsatt tid. Inköparen skall följa med processen och se till att leverantören gör detta. Inköparen skall även vidta nödvändiga åtgärder om leveransen inte kan garanteras, som att hitta andra leverantörer eller lösa problemet tillsammans med leverantören. Det är viktigt att leverantören och inköparen

kan samarbeta bra, eftersom de måste jobba tätt tillsammans. (Persson & Virum 1996 s. 205)

På Porkala Marin behöver man också konsekvent kontrollera om leveransen kommer att vara försenad eller var den befinner sig. Butikschefen bör kunna berätta till sina kunder ifall leveransen är försenad och i så fall när den borde komma fram. I Porkala Marins avtal med leverantörerna är det inte specificerat vilken exakt tid under dagen som varorna skall levereras. Om man märker att leveransen är mycket försenad, kan man ringa till leverantören och fråga vad som har hänt.

4.1.6 Ta emot och godkänna varor

Vid leverans måste det kontrolleras att det är rätt varor och antal som levererats, och att varorna inte har fått skador under transporten. Efter leverans kan man skicka varorna på kvalitetskontroll om det behövs. Om allt är ok med varorna så sätts de på hyllorna i lagret och fraktsedeln godkänns. (Persson & Virum 1996 s. 205-206)

Då butiken på Porkala Marin får sina varor levererade, måste man likaså vara konsekvent med att kontrollera att det är rätt varor och rätt antal, och att allt stämmer överens med fraktsedeln. För en del leverantörer måste man anmäla fel i leveransen direkt till chauffören, för andra kan man ringa i efterhand till leverantörerna och berätta om något fattas.

4.1.7 Godkännande av leverantörens faktura för betalning

Nästa steg i inköpsprocessen är att kontrollera att fakturan stämmer överens med inköpsorder, leveranssedel och vad man har kommit överens om. På fakturan skall man speciellt kontrollera att kvantiteten, pris och betalningsvillkoren är rätt. (Persson & Virum 1996 s. 207)

Man skall alltid kolla fakturan före man betalar leverantören, det gör man också på Porkala Marin. Om något inte stämmer, skall man inte betala fakturan utan ta kontakt med leverantören. Det var linjechefen och Herrick Ramberg som gick igenom räkningar och betalade dem.

4.1.8 Varan levereras till kunderna

Den sista delen i inköpsprocessen är att varan prissätts och ställs fram i butiken, så att kunder kan köpa varorna. Uppställning, markering och prissättning av varorna är också viktiga delar av inköpsprocessen, som leder till att hela processen kan avslutas med vinst för företaget och fortsatt kommers.

5 METODIK

I detta kapitel metodik allmänt och även vilken metodikmetod jag valt att använda och varför.

5.1 Vad är metodik?

Metodik är det arbetssätt eller den metod som man väljer när man skriver sitt examensarbete. Metodiken hjälper författaren att beskriva arbetet med hjälp av principer och ramar, och berättar i lämpliga steg hur man får mer kunskap i frågan. För att kunna skriva sitt examensarbete bör man därför välja en lämplig metod eller en kombination av flera metoder. Utifrån metoden gör man en konkret plan hur man skall gå till väga för att samla in data och information. Det kan vara frågan om enkäter, intervjuar, observationer eller analyser, som man samlar in data med. (Höst et al. 2006 s. 29-30)

Beroende på vilken typ av data man samlat in är studien kvalitativ eller kvantitativ.

Kvantitativ dataanalys är det som kan räknas eller sättas i klasser. Som till exempel antal, färg, vikt eller annan kvantitativ data. Kvalitativ dataanalys är då sådant som man kan beskriva och som har mycket detaljer och ord. (Höst et al. 2006 s. 29-30)

För mitt examensarbete har jag valt en kvalitativ analysmetod där jag med ord beskriver inköpsprocessen vid Porkkala Marin. Jag kommer dock även att berätta lite mer om den kvantitativa metoden.

5.2 Kvantitativ analys

I boken Företagsekonomiska forskningsmetoder tar Bryman och Bell upp en modell som beskriver den kvantitativa forskningsprocessen. I processen finns det 11 stycken utgångspunkter, som man brukar använda, när man analyserar på det kvantitativa sättet. Vanligtvis brukar man aldrig gå från punkt till punkt i den rätta ordningen. Utan man brukar framskrida på det sätt som passar bäst med det man skall analysera. Ämnet som man skriver om och skall analysera har en stor påverkan på hur man går till väga. Med hjälp av den kvantitativa forskningsmodellen skall författaren/forskaren få en inblick hur det egentligen borde gå till och vad de olika punkterna har för samband mellan sig. (Bryman & Bell 2005 s. 86)

När man undersöker och analyserar ett speciellt ämne skall man alltid komma ihåg att resultatet inte är det samma som verkligheten. Med andra ord kan man säga att man får information om en liten bit av en situation, men den biten existerar inte längre. Man skall vara varsam när man drar slutsatser om ett speciellt ämne. (Holme & Solvang 1997 s. 157-158)

5.3 Kvalitativ analys

Ett viktigt fenomen i den kvalitativa undersökningen är närhet till forskningsobjektet, istället för distans som är kännetecknande för den kvalitativa metoden. Närhet till forskningsobjektet ger kunskap om personen i fråga. Forskaren skall försöka sätta sig in i forskningsobjektets situation och se världen med deras ögon. (Bryman & Bell 2005 s. 322, Holme & Solvang 1997 s. 92-93)

Det finns flera olika metoder inom kvalitativ forskning och forskaren brukar vanligtvis använda flera av dessa under en och samma undersökning, vilket leder till en stor variation på vilket sätt man gör undersökningen (Bryman & Bell 2005 s. 322). Nedan beskrivs fyra olika metoder.

5.3.1 Observation

Under 1970-talet började man använda termen etnografi istället för deltagande observation. Dessa två begrepp är svåra att skilja åt, för båda termerna betyder att undersökaren engagerar sig i en grups beteende under en längre tid. Undersökaren lyssnar aktivt på samtal mellan gruppmedlemmarna och ställer frågor till dem, för att förstå saker och ting bättre, ifall undersökningsobjektet är människor. Man kan även observera företag, processer eller platser. (Bryman & Bell 2005 s. 334)

Observation betyder att observatören med hjälp av att se, höra och fråga får tag i viktig information. Detta ställer stora krav på observatören, att hela tiden vara närvarande och nyfiken med att ställa frågor till gruppen eller experter inom ämnet. Grupper kan också vara slutna system eller lokalsamhällen i främmande kulturer, men det är lika vanligt att det görs i vår kultur. Forskaren kan leva tillsammans med medlemmarna i gruppen som skall undersökas eller studera företaget eller platsen på nära håll på annat sätt. Därför är observation som metod den mest intima metod inom kvalitativa och kvantitativa forskningsmetoder. (Holme & Solvang 1997 s. 110-111)

Man kan grovt dela in observation i olika metoder, öppen och dold observation. Vid öppen observation vet personerna eller företaget som undersöks att de blir undersökta. Öppen observation betyder också att undersökaren har blivit accepterad av gruppen. Då får han/hon mycket mer ut av undersökningen, blir friare och känner sig mer som en observatör. (Holme & Solvang 1997 s. 111-114)

Vid en dold observation så vet ingen i den observerade gruppen eller företaget att man observerar dem. Men det är också viktigt att observatören skall bete sig normalt och försöka glida in i gruppen på ett professionellt sätt. Vid en dold observation kan man inte rapportera det man har sett eller göra anteckningar, för att inte svika medlemmarna i gruppen. (Holme & Solvang 1997 s. 111-113)

Den negativa sidan med forskning genom observation är att alla resultat är forskarens intryck och synpunkter, det vill säga resultatet kommer mycket att bero på vem som undersöker personerna eller företaget.

5.3.2 Intervju

Inom forskning är intervjuer en av de mest använda metoderna. Att intervjua är mycket flexibelt och fastän det tar sin tid att analysera, så får man mycket material. En intervju kan både vara kvantitativ och kvalitativ. Det beror på hur intervjun är formad och hur strikt den är. Den kvantitativa intervjun är inte alls lika flexibel som den kvalitativa intervjun är, och det kan ibland ge lite problem. (Bryman & Bell 2005 s. 360, Holme & Solvang 1997 s. 99)

Nedan beskrivs kort den kvalitativa intervjun.

I den kvalitativa intervjun försöker man få den person som blir intervjuad att styra själva intervjun. Det betyder att det inte finns så mycket styrning från intervjuarens sida, fastän han vet vilka punkter som skall komma med i intervjun för att den skall bli komplett. Med hjälp av en intervjumanual har intervjuaren i förväg skrivit ner vilka faktorer som är viktiga. Under själva intervjun kan intervjuaren använda sig av manualen eller inte alls bry sig om den, den finns bara till för att påminna om vilka områden inom ämnet som är viktiga. (Holme & Solvang 1997 s. 100-101)

5.3.3 Fokusgrupper

En fokusgrupp är en intervju med flera individer, vanligtvis fler än fyra. Man brukar använda sig av fokusgrupper vid marknadsundersökningar när man skall lansera en ny produkt på marknaden eller inom politik. (Bryman & Bell 2005 s. 388-389)

Det finns några skillnader mellan en fokusgruppintervju och en enkel gruppintervju. En fokusgruppintervju brukar diskutera ett visst tema eller område, medan en gruppintervju täcker flera olika frågeställningar. En annan skillnad är att det kostar mindre och tar kortare tid att utföra en vanlig gruppintervju än en fokusgruppintervju. Den sista skillnaden är att den som leder fokusgruppintervjun är mer nyfiken hur människorna reagerar på de andras åsikter. (Bryman & Bell 2005 s. 388-389)

5.3.4 Dokument som datakälla

Dokument som datakälla bygger på information som man får från till exempel brev, dagböcker, tidskrifter, tidningar eller fotografier. Det kan vara frågan om sådana dokument som ingen forskare har forskat om, som tillexempel privata dokument, eller

om offentliga dokument. Om dokumenten finns i privata samlingar, är det mycket svårt att få tag på dem och veta ens i huvudtaget att sådana dokument finns till. Det brukar vara en besvärlig process att söka efter dokument och det brukar ta lång tid. När man sedan har hittat något intressant i dokumentet, kan en del av utmaningen vara att förstå vad dokumenten egentligen betyder. (Bryman & Bell 2005 s. 424-425)

5.4 Metodiken som jag valt

Jag har valt att skriva mitt examensarbete med hjälp av den kvalitativa observationsmetoden. Jag valde observation för jag tycker att det var det bästa sättet att utföra undersökningen. Under själva undersökningen observerade jag personalens och mitt eget arbete som butikschef på Porkala Marin under somrarna 2010 och 2011. Det var en öppen observation, för jag behövde inte hemlighetshålla för personalen att jag skulle skriva mitt examensarbete om Porkala Marin. Jag samlade också information genom att ta bilder och anteckna mina observationer, för att lättare komma ihåg när jag skulle börja skriva själva handboken. Jag tycker själv att jag valde den bästa metoden för just den här undersökningen eftersom ingen annan av ovan beskrivna metoder skulle ha passat för att skriva en handbok.

6 DISKUSSION

Mitt syfte och målet med mitt examensarbete var att göra en handbok för personalen på Porkala Marin. Med hjälp av den här handboken, skall personalen och butikschefens arbete underlätta. I handboken skall det finnas all nödvändig information som man behöver för att utföra butikschefens uppgifter.

Handboken jag har gjort, är speciellt tillämpad för Porkala Marins butikschef, men den övriga personalen kan också läsa den, för att förstå varornas inköpsprocess bättre. Efter varje säsong är det meningen att man skall uppdatera den, för att få den up-to-date med nya leverantörer och annan nyttig information.

Jag valde att ta med de viktigaste delarna eller uppgifterna i handboken. Det finns en hel del annat som jag borde ha tagit med. Som till exempel hur restaurangen och köket

sköts, vatten systemet fungerar eller gästhamnen fungerar. Allt detta hör till platschefens uppgifter, men jag tycker inte att de är relevant för mitt ämne. Handboken skulle ha blivit allt för lång, om jag skulle ha tagit med allt. Därför valde jag att avgränsa mig till endast butikschefens uppgifter.

Inom mitt examensarbete använde jag endast observation som kvalitativ metod. Orsaken varför jag endast använde den metoden var att all information som jag behövde till detta examensarbete hade jag själv utfört under sommaren 2011. Jag behövde inte intervjua personalen eller mina chefer, för jag hade redan all information i mitt huvud. Det var bara att skriva ner det på papper.

Jag hoppas att handboken kommer att vara till hjälp för framtida personal på Porkala Marin. Jag skulle åtminstone haft en enorm nytta av den, om den skulle ha funnits på min tid. Jag tror också att handböcker är en bra sak för företag, nya arbetare känner sig säkrare om de har en handbok vid sidan om arbetet.

KÄLLOR

Bryman, Alan & Bell, Emma. 2005, *Företagsekonomiska forskningsmetoder*, Malmö: Liber Ekonomi, 621 s.

H2000. 2002. *Inköp och varuhantering - viktigt för lönsamheten*, Malmö: Liber Ekonomi, 288 s.

Holme, Idar Magne & Solvang, Bernt Krohn, 1997, *Forskningsmetodik- Om kvalitativa och kvantitativa metoder*, 2 uppl., Lund: Studentlitteratur, 360 s.

Höst, Martin & Regnell, Björn & Runeson, Per. 2006, Att genomföra examensarbete, Lund: Studentlitteratur, 153 s.

Online Technical Writing: Audience Analysis. Tillgänglig:
<http://www.prismnet.com/~hcexres/textbook/aud.html> Hämtad 15.3.2011.

Online Technical Writing: Instructions. Tillgänglig:
<http://www.prismnet.com/~hcexres/textbook/instrux.html> Hämtad 15.3.2011.

Online Technical Writing: User Guides. Tillgänglig:
http://www.prismnet.com/~hcexres/textbook/user_guides.html Hämtad 6.3.2011.

Persson, Göran & Virum Helge, red.1996, *Logistik för konkurrenskraft*, 2:3 uppl., Malö: Liber Ekonomi, 385 s.

Storhagen, Nils G. 2003, *Logistik- grunder och möjligheter*, Malmö: Liber Ekonomi, 335 s.