

Vuoden 2008 Logistikko Jouni Sakki:

Tuloksellinen logistiikan ja oston kouluttaja

Tilaus-toimitusketjun hallintaan erikoistunut konsultti *Jouni Sakki* on kehittänyt logistiikan ja oston koulutusta merkittävästi eri tahoilla. Suomen Logistiikkaforum myönsi hänelle näistä ansioista Vuoden 2008 Logistikko -tunnustuksen. Sakki toteaa, että perinteinen JOT-ajattelu ei sovi suomalaisyrityksille.

Jouni Sakki sai ensituntuman logistiikkaan

jo kesätyössään lukiolaispoikana Haminan satamassa ahdatessaan sellupaaleja laivoihin. Myöhemmin hän hakeutui opiskelijaksi Helsingin kauppa- ja korkeakouluun. Jouni Saksin graduohjaajaksi tuli *Mika Kaskimies*, jonka erikoisalana oli jakelu. Sakki itse teki ohjaajalleen gradun ostamisesta. Tämä kaikki on myöhemmin vaikuttanut hänen elämänsä merkittävästi.

– Valmistuttuani ekonomiksi toimin materiaalitoimintojen päällikkönä Helios Oy:ssä, joka oli siihen aikaan maan suurin fotoalan ketju. Sinne hankittiin tuotteita paljon esimerkiksi Kaukoidästä, Sakki sanoo.

Myöhemmin 1970-luvun puolivälissä Sakki tuli töihin Suomen materiaalitaloudelliseen yhdistykseen.

– Käynnistin siellä hankintatoimen koulutuksen ja vedin koulutusta myöhemmin useita vuosia.

Seuraavaksi hän siirtyi Markkinointi-instituuttiin ostamisen asiantuntijaksi.

– Etäopetukseen ei ollut aikaisemmin tehty sopivaa materiaalitoimintojen oppimateriaalia, joten laadin sitä itse. Tässä työssä jouduin tai sain kirjoittaa paljon ostotoiminnasta.

Yrittäjäksi 1986

Vuonna 1986 Jouni Sakki ryhtyi liikkeenjohdon konsultiksi ja hän perusti yrityksen nimeltä Jouni Sakki Oy. Jo aikaisemmin alkanut ostamista käsittelevien kirjojen kirjoittaminen jatkui. Jouni Sakkia onkin kutsuttu kansanvalistajaksi. Lähes jokainen logistiikkaa opiskellut on lukenut hänen kirjojaan. Saksin ensimmäinen kirja ”Yrityksen ostotoi-



– JOT on tarkoitettu lähinnä autotehtaille ja muille megaluokan yrityksille eikä juurikaan suomalaisyrityksille, Vuoden 2008 Logistikko Jouni Sakki toteaa. Kuva: Hans Koistinen.a

minnot” ilmestyi 1979. Hän on kirjoittanut kymmenkunta kirjaa ostotoiminnasta, materiaalihallinnosta, logistiikasta, arvo-
ketjuanalyysistä sekä tilaus-toimitusketjun hallinnasta.

– Konsultointi urautuu helposti, jos omaa ajattelua ei yritä uudistaa. Kirjoittaminen on siihen hyvä tapa. Työssäni näen, miten asioita yrityksissä hoideaan. Näin saan paljon käytännön tietoa, josta pyrin rakentamaan synteisiä kirjoihin.

Uuden termin keksijä

Jouni Sakki toi 1995 suomen kieleen termin tilaus-toimitusketjun hallinta. Se on käänös 1980-luvun alussa syntyneestä menetelmästä Supply Chain Management. Sakki toteaa vaatimattomasti, että käänös on ankeaa ja kankeaa suomen kiel-
tä. Se on kuitenkin kelvannut jopa hänen kirjansa nimeksi. ”Tilaustoimitusketjun hallinta” ilmestyi ensimmäisen kerran 1997. Kirjasta on tehty myöhemmin uusintapainoksia, viimeisin vuonna 2003.

Tilaustoimitusketjun hallinnan pulmat liittyvät Sakin mukaan tuotteiden toimituksiin.

– Tilausliikenne kulkee tänä päivänä valtaosin sähköisesti. Mutta itse tuotteet kulkevat myyjältä asiakkaalle perinteiseen tapaan fyysisesti. Jonkun täytyy tarttua tuotteeseen, jonkun pitää sitä kuljettaa ja jonkun taas ottaa se vastaan. Tavarantoimituksia käsittelevissä ulkomaisissa kirjoissa puhutaan lähinnä megaluokan yrityksistä, kuten esimerkiksi autotehtaista. Meillä Suomessa ei tällaisia yrityksiä juuri ole. Tästä seuraa, että meillä on hyvin ohuet tavaravirrat ja keskimäärin hyvin pienet toimituserät, Sakki toteaa.

– Tällaisesta toimintavasta aiheutuu paljon kustannuksia. Oletetaan, että toimituksen arvo on 500 euroa. Tuotteiden kul-

jettaminen ja laittaminen hyllyihin maksaa sekin jopa joitain sasia. Monet pienet tapahtumat maksavat suhteellisen paljon. Siksi on tarpeen pyrkiä vähentämään tapahtumien määrää. Tämä johtaa siihen, että Suomen tapaisessa maassa varastoiminen on välttämätöntä.

JOT sopii huonosti Suomeen

JOT-ajattelu (Juuri Oikeaan Tarpeeseen) opettaa, että tuotteiden pitää tulla oikeaan aikaan eikä varastoja enää juuri tarvita.

– JOT on tarkoitettu lähinnä autotehtaille ja muille megaluokan yrityksille. Suomen kokoluokan yrityksissä varastointia ei pidä katsoa absoluuttisena pahana. Edelleen tänäkin päivänä on täysin järkevää pyrkiä optimoimaan toimituserien määrää sekä tasapainottamaan varastokustannuksia ja käsittelykustannuksia.

Internet tarjoaa Jouni Sakin mukaan suunnattoman hyvän mahdollisuuden parantaa ostotoimintaa.

– Esimerkkinä voidaan mainita raportointi hankituista tuotteista. Kaiken tiedon ostetuista tuotteista tai tuote-eristä pystyy tallettamaan verkkosivuille, josta yrityksen muut henkilöt saavat sen näkyviin käyttäjätunnuksella ja salasananalla. Siellä voidaan ilmoittaa, mitä on ostettu, millä hinnalla, kuinka suuria erii ja niin edelleen. Raportointi ei ole enää sidottu paikkaan vaan netin kautta päästään seuraamaan sitä mistä tahansa.

Ostotoiminta vaatii yhteispelin hallintaa

Ostotoiminta hallitaan Sakin mukaan Suomessa hyvin.

– Bisnesmaailma on kovaa. Siellä mukana olevat ovat käyneet läpi tiukan seulan. Siksi täällä on ammattitaitoa eikä ostotoiminnan onnistuminen ole kiin-

ni tiedon tai osaamisen puutteesta. Ei ole kuitenkaan helppoa saada yhteispeliä toimimaan niin, että osaaminen hyödyttäisi koko yritystä parhaalla mahdollisella tavalla.

Sakki korostaa, että ostaminen ei ole erillinen toiminto yrityksessä.

– Vastustan kovasti sitä näkemystä, että ostaminen lokeroitaisiin omaan laattikkoon. Ostaminen on osa yrityksen liiketoimintaa ja siinä on omanlaista ammattitaidon tarvetta. Yleisjohdollakin pitää olla ostamisen osaamista. Ei riitä, että yrityksiin palkataan pelkästään ammattiosastajia vaikka toki heitäkin tarvitaan.

Yritykset ja muut yhteisöt käyttävät Jouni Sakkia usein konsulttina ja kouluttajana. Hänen kehittämänsä SCM Best Practice -analyysimenetelmä mittaa yritysten nykytilaa ja kuvaa kannattavuuteen vaikuttavia tekijöitä.

– Konsultti ei yleensä kohtaa yritystä, jolla menee erittäin hyvin. Silti kehittämisen tarvetta on monissa yrityksissä. Toisaalta on vaikea mitata, meneekö yrityksellä hyvin vai huonosti. Moni yrittäjä on tyytyväinen, kun hän saa pari prosenttia liikevoittoa ja pysyy ylipäättään plussan puolella. Toisaalta pitää huomata, että näin pienellä liikevoitolla iso osa myydyistä tuotteista on tappiollisia. Siksi joidenkin mielestä liikevoiton pitää olla vähintään 20 prosenttia. Mutta se, meneekö yrityksellä hyvin vai huonosti - siihen ei pysty vastaamaan kuin itse yrityksen omistaja.

On sanottu, että Suomessa on paljon elämäntapayrittäjiä, joille riittää että pärjätään jotenkuten eikä kasvua juuri haeta.

– Itse en tuomitse tätäkään elämänasennetta. Kuitenkin tiukan bisneksen näkökulmasta kannattavuuden tulisi olla pa-

*Mutta se, meneekö
yrityksellä hyvin
vai huonosti – siihen
ei pysty vastaamaan
kuin itse yrityksen
omistaja.*

rempi. Muuten ei kestäetä huonompia aikoja. Mediaa seuraamalla tuntuu, että yrityksiä tai ainakin tuotantolaitoksia lopetetaan jatkuvasti Suomesta. Oma kokemukseni on aivan päinvastainen. Yrittäjä on optimistinen ihminen, joka pitkittää viimeiseen asti ikäviä ratkaisuja. Lähes jokainen yrittäjä uskoo, että ensi vuosi on parempi kuin tämä vuosi. Optimismin ohella tarvitaan näinä aikoina kuitenkin myös realismia. Uudistuksia voisi tehdä paljon rivakammin!

* Tero Tuisku