

Pracovní procesy v obchodním provozu



**SILESIAN
UNIVERSITY**

SCHOOL OF BUSINESS
ADMINISTRATION IN KARVINA

Halina Starzyczná
Garant předmětu

Pracovní procesy v obchodním provozu

Cíl

Struktura
přednášky

Cílem přednášky je pochopit souvislosti organizace obchodního provozu, charakterizovat hlavní vnější a vnitřní faktory, které působí na fungování obchodního provozu

- Obchodní provoz
- Pracovní procesy a jejich členění
- Vnější a vnitřní faktory obchodního provozu MOJ (maloobchodních jednotek)
- Vnější a vnitřní faktory obchodního provozu VOJ (velkoobchodních jednotek)
- Hlavní oblasti řízení MOJ





Obchodní provoz

Základem obchodně provozní jednotky je obchodní provoz.

Obchodní provoz je jako systém tvořen těmito základními prvky:

- **zbožím**
- **obchodně provozními operacemi a mechanizačními prostředky**
- **a zařízením v obchodě.**

Další prvky – lidé, mechanizační prostředky



**Prodejna
Velkoobchodní sklad**



Obchodní provoz funguje jako systém - nejdůležitější je **zboží** (na něm závisí ostatní prvky)



Příklad z **praxe** českého obchodu po roce 1989 (transformace MO):

- **V praxi má systémové pojetí obchodního provozu velký význam.** Jestliže začínající obchodník podcení výběr sortimentu pro určitou lokalitu a po čase zjistí, že o jeho zboží není takový zájem, jak předpokládal vzhledem ke konkurenci a potřebám zákazníků, je donucen změnit sortiment, což mu přináší další náklady spojené se změnou navazujících prvků obchodního provozu (může zbankrotovat)
- **Živelné změny sortimentu v počátcích transformace po roce 1989 přinesly tuzemským obchodníkům nemalé existenční problémy.**





Pracovní procesy se člení dle různých hledisek:



Funkční hledisko – nákup zboží, doprava, skladování, prodej zboží, řídicí a správní činnosti

Místní hledisko – MO, VO, správa, administrativa a pomocné provozy

Hledisko obsahu práce- provozní činnosti a řídicí a správní

Hledisko charakteru práce – práce jednoduchá a složitá, plynulá a nárazovitá

Hledisko celistvosti – práce homogenní a heterogenní.

Homogenní (monotónní), jednotvárná, pořád stejná činnost a úkoly (např. obsluha stroje).
Heterogenní – rozmanitá, různorodá (prodej, řídicí proces...).

Vnější faktory obchodního provozu MOJ

Centrála firmy (příp. autonomní jednotky) – strategie firmy, marketingové a provozní know-how prodejen

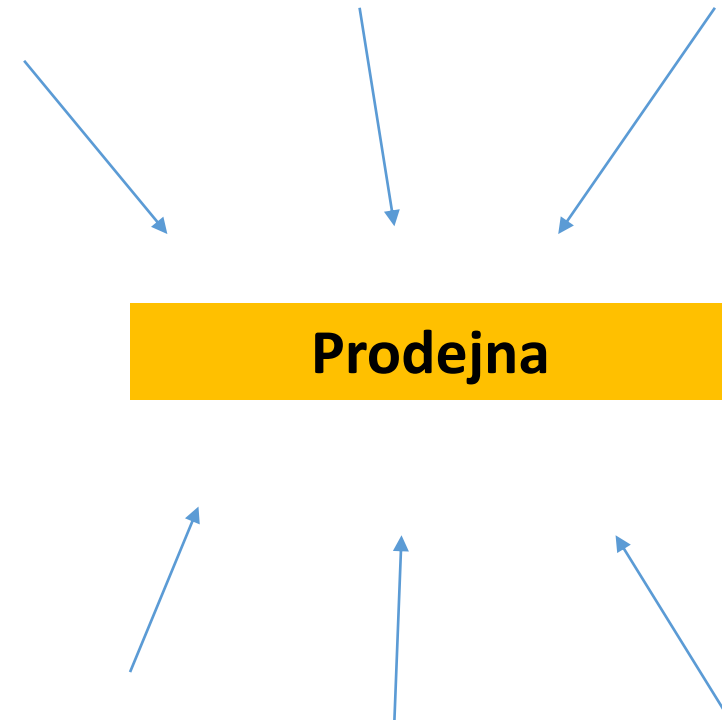
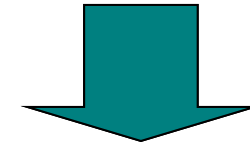
Zákazník a jeho frekvence – frekvence dělí čas na čas obsluhy a nečinnosti, neboli čekání na zákazníka

Dodavatelé – úroveň zásobování, kvalita dodávek, organizace práce


Region – rozdílná sídelní struktura a koncentrace obyvatelstva, kupní síla, odlišné tradice a kulturní zvyklosti

Lokalizace prodejny- návaznost na ostatní prodejny, konkurenci, dopravní uzly, pohyb zákazníků.

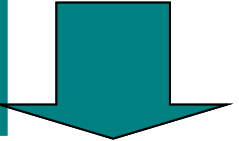
Zařazení do stupňů vybavenosti, územní a tržní analýza.



Praxe: případová studie- Vztahy s dodavateli v praxi (SO 2021), Obchod jako zážitek pro zákazníka (SO 2021)



Vnější faktory obchodního provozu MOJ – případová studie – ukázka ze SO



Me-tail-Obchod jako zážitek: Principem je, že ve středu zájmu je člověk. A to by neměl být jen prázdný slogan. Např. americká síť prodejen s módou Trunk Club má velké zkušební kabinky v prodejně, jež jsou vybaveny jako ten nejstylovější obývací pokoj. V samotné kabině se ale zákazník nemusí ničím zdržovat. Všechno je připravené právě v kabině. Stačí, když si zákazník předem zadá přes internet své míry, poradí se na dálku se stylistou a pak už jen zkouší. Samozřejmostí jsou doprovodné služby, jako je kavárna s barem nebo kadeřnictví přímo na prodejnu.

Kabinky bez převlékání: V kabině si potřebujete vyzkoušet nejen velikost, ale i posoudit, jaká barva Vám nejvíce sluší. V San Franciscu v obchodě Uniqlo mají pro zákazníky zkušební kabinky, které jsou vybavené speciální dotykovou obrazovkou, která umožňuje volbu jiné barvy oblečení, které si zrovna zkouší. Nemusí se tedy několikrát převlékat, protože se uvidí v zrcadle.



Vnitřní faktory obchodního provozu MOJ

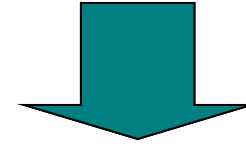
Zboží – tvoří obchodní sortiment, má odlišný systém zásobování, formu prodeje, pracnost sortimentu, frekvenci zákazníků a nárazovost práce

Počet zaměstnanců – je ovlivněn formou prodeje, technickým vybavením, dělbou práce, úrovní sortimentu

Obchodní technologie, forma prodeje, technická vybavenost prac. prostředků – vliv na dispoziční řešení, počty pracovníků, cesty pohybu zboží, zákazníků a pracovníků, na fyzickou námahu...

System organizace práce – pracovní doba prodejny, pracovní režimy a pracovní podmínky

Míra, kvalita informací – fyzický i elektronický fond informací.

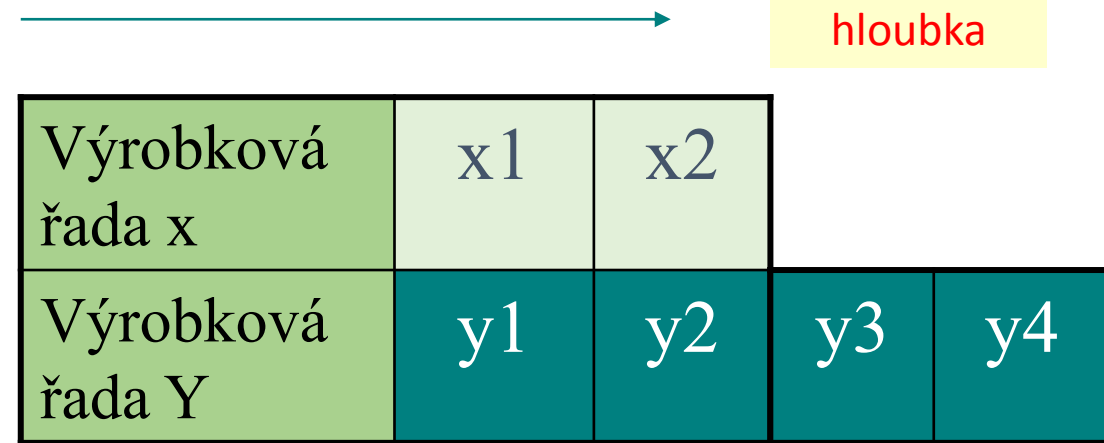


Obchodní sortiment

Obchodní sortiment – všechno zboží, co přichází do sféry oběhu. Vytváří se komplexněji na úrovni velkoobchodu a maloobchodu.

Na úrovni velkoobchodu je uspořádán podle určitého obchodního záměru a zahrnuje jak spotřební zboží, tak i nespotební zboží (cílovou skupinou je typ prodejny)

Na úrovni maloobchodu je obchodní sortiment (spotřební zboží) uspořádán technologicky i marketingově pro jednotlivé druhy maloobchodních jednotek a danou cílovou skupinu zákazníků, pro kterou je prodejna určena (merchandising).



Praxe: Počet výrobových řad: 2
(šířka sortimentu)

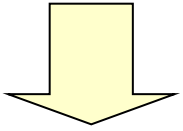
X: ovoce čerstvé

Y: ovoce konzervované

Počet výrobků: 6

Hloubka: počet druhů v řadě

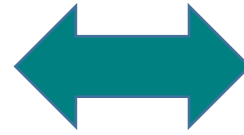
Průměrná hloubka: 5



Základní fáze prodeje



1. Nabídka zboží
2. Výběr zboží
3. Placení zboží
4. Výdej zboží



Charakter fáze je
závislý na formě
prodeje.

3 hlavní skupiny forem prodeje:

- **Prodej s převážnou obsluhou prodavače** (pultový, volný výběr)
- **Prodej, při kterém se zákazník obsluhuje převážně sám** (samoobsluha)
- **Prodej na objednávku** (zásilkový obchod)

Kritéria volby formy prodeje



1. Charakter sortimentu

Frekvence nákupu

Charakter spotřeby

Cena zboží

2. Technické řešení prodejní jednotky

Velikost prodejny

Členění ploch

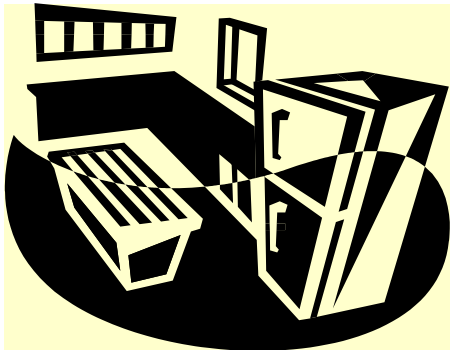
Možnost mechanizace

3. Personální zajištění prodeje

Zdroje pracovních sil

Kvalifikace

Nákladová náročnost



Obchodní provoz a pracnost sortimentu



Složitost sortimentu - vliv šířky sortimentu a hloubky, počet sortimentních řad

Frekvence dodávek – některé zboží je dodáváno denně, týdně, měsíčně (**chléb, těstoviny, konzervy**)

Doba prodejnosti - trvanlivost potravin, prodejnost módního zboží, či technického sortimentu (**životní cyklus výrobku**)

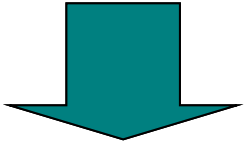
Fyzické vlastnosti zboží – vliv na skladování, přípravu k prodeji, porcování, vážení atd.

Pomoc zákazníkovi-poradenství

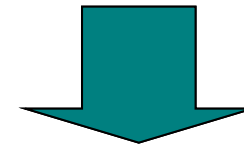
Péče o prodejní zařízení - mrazící boxy, chladící boxy

Ztížení pracovních podmínek-klimatické podmínky

Zvláštní odpovědnost-prodej zbraní, toxických látek.



Dispoziční řešení



Dispoziční řešení: *racionální prostorové uspořádání hmotných prostředků obchodní činnosti*

Analýza dispozičního řešení:

strukturu ploch

potřebnou velikost ploch (dle velikosti zásob a dosahovaného obratu)

návaznost ploch

využití ploch

Struktura ploch:

1. Hlavní plochy (prodejní místnosti)

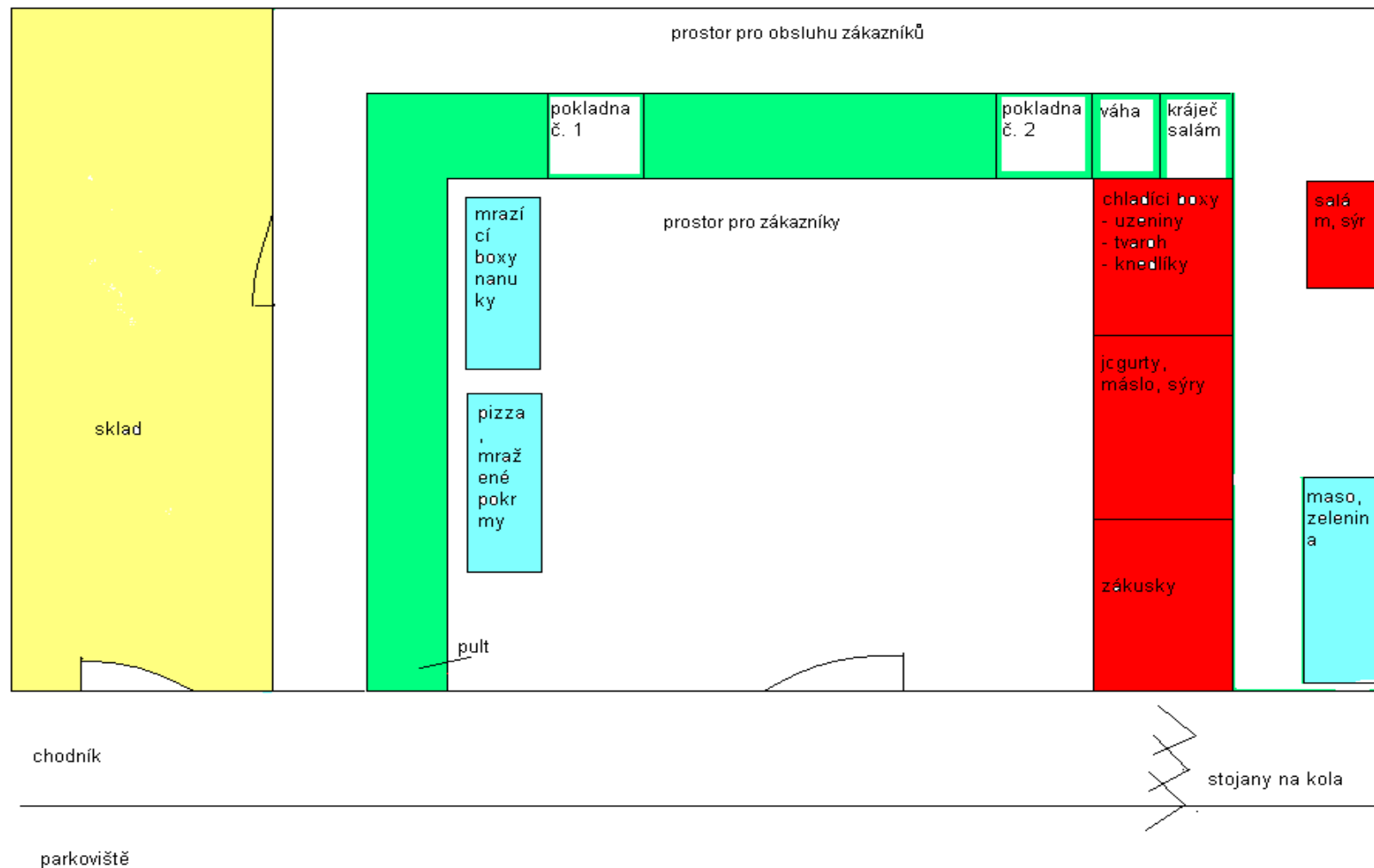
2. Pomocné plochy

s přímým vztahem ke zboží

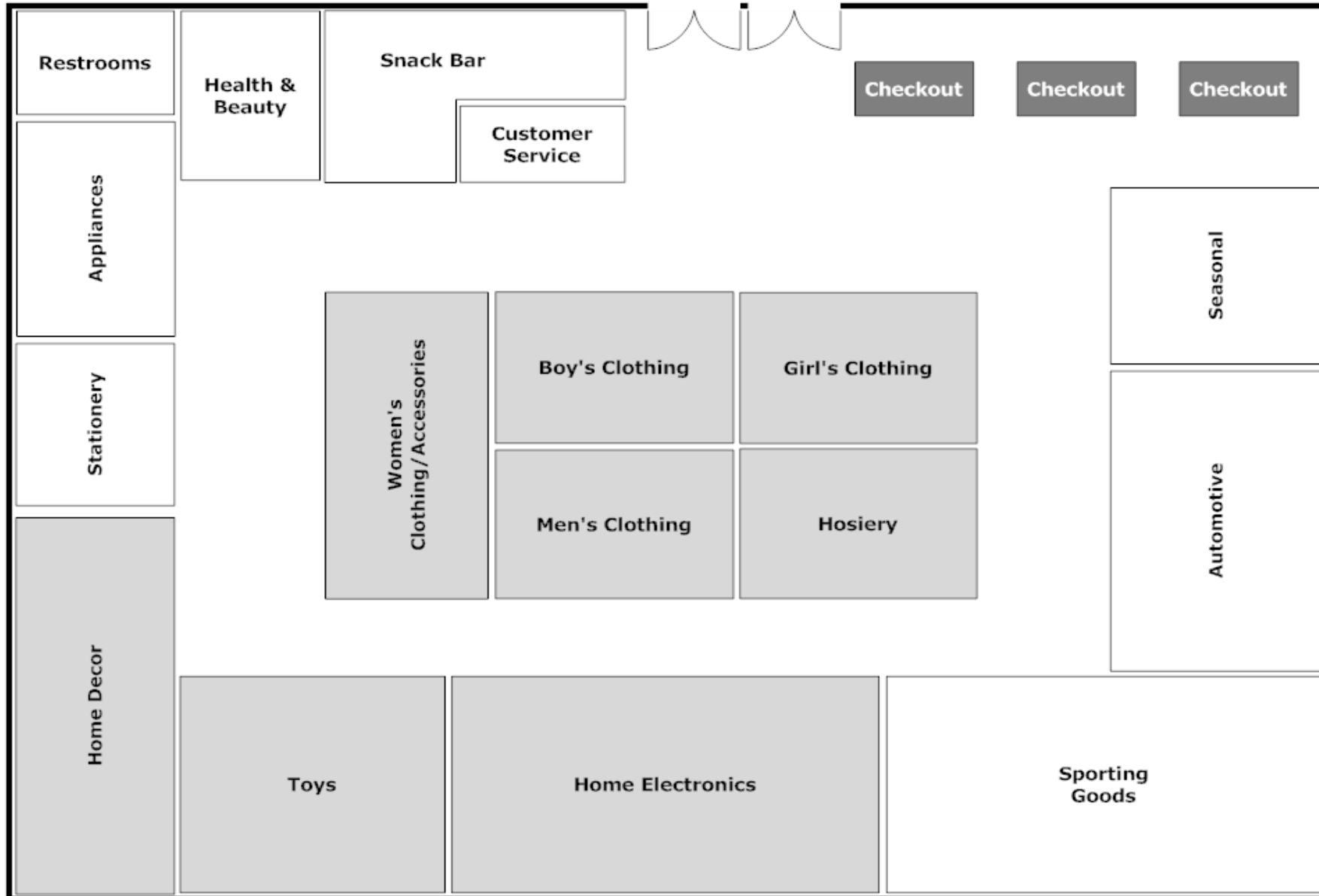
s nepřímým vztahem ke zboží

komunikace (horizontální a vertikální)

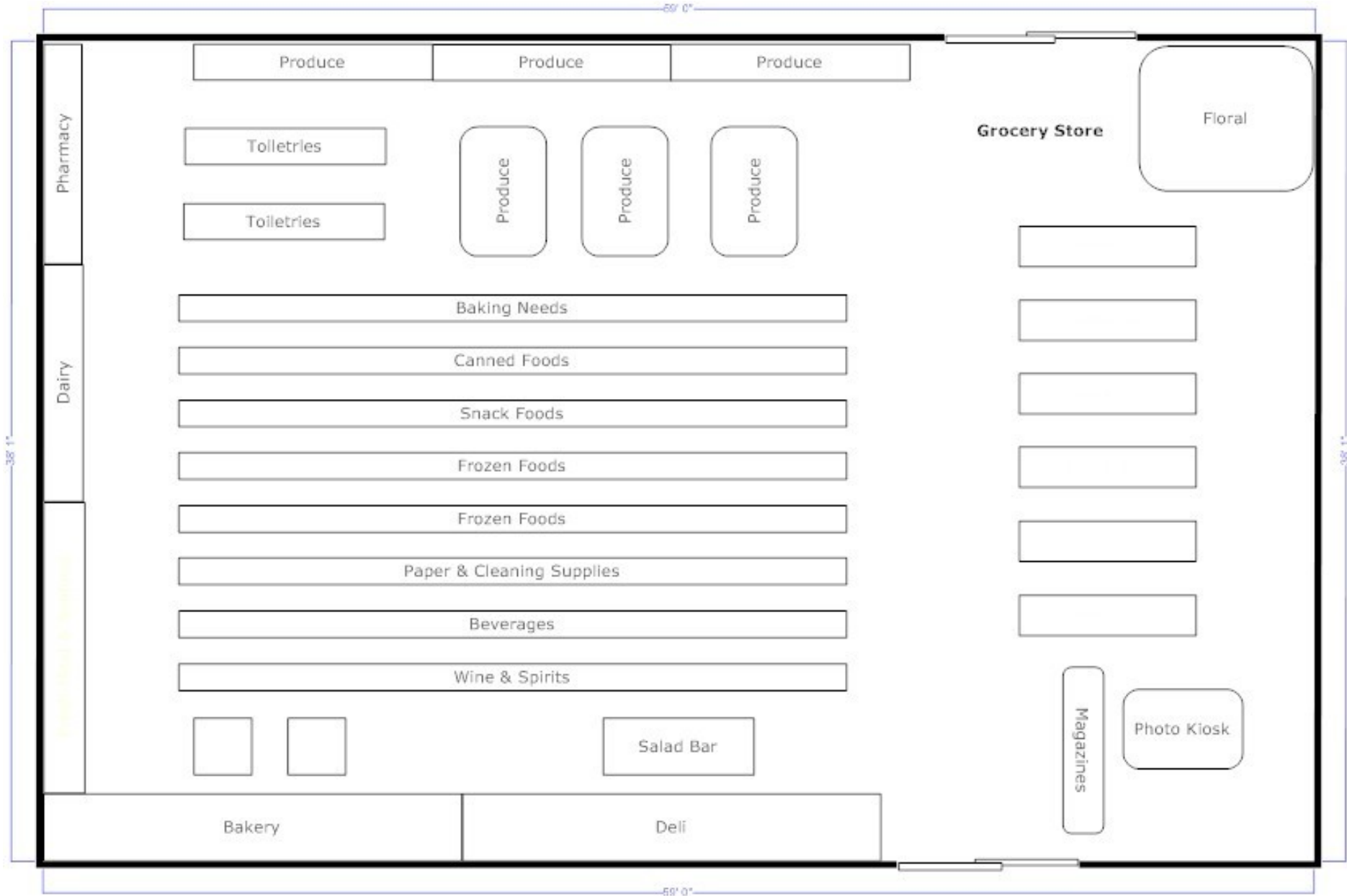
Příklady dispozičního řešení – pultový prodej

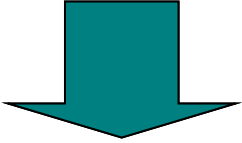


Závodní dráha, smyčka – malá uzavřená SO





Mřížka – větší uzavřená SO





Vnější faktory obchodního provozu VOJ



Centrála firmy- vliv na nákupní činnost, organizace nákupu, centralizovaný x decentralizovaný či kombinovaný nákup)

Dodavatelé a zapojení do zásobovacího systému – vliv na úroveň zásob, rychlost obrátky, nákladovost firem a konečnou prodejní cenu)

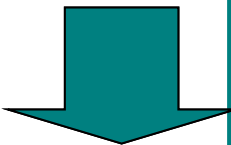
Rozsah zásobovaných jednotek – vliv na kompletnost dodávek, jejich velikost a počet, vazba na expedici, objednávkový systém a organizaci a mechanizaci, kapacitu a typ skladu).



Sklad



Praxe: Jak dostat zboží do obchodu (SO 2022)



Vnější faktory obchodního provozu VOJ

Případová studie-ukázka ze SO



Jak dostat zboží do obchodu - praxe

- 1. Zalistování:** Na začátku je relativně standardní listovací poplatek. Tento poplatek požaduje řetězec jako platbu za zařazení výrobku do prodeje. Pokud je dodavatelská firma silná a její výrobek je jedinečný (určitý segment lihovin nebo mléčných výrobků) a nelze ho snadno nahradit, pak si může se řetězcem vyjednat lepší podmínky. Může dojít i ke zrušení poplatků.
- 2. Příspěvky na leták:** Představují další formu příspěví řetězcům, pokud chce dodavatel umístit své zboží do produktového letáku.
- 3. Individuální spoluúčast:** Může se to týkat nejrozmanitějších spoluúčasti na marketingových aktivitách prodejce.
- 4. Vylistování:** Jedná se o formu peněžních odměn, kdy jedna firma přeplatí již jednou zalistovanou konkurenci.



Vnitřní faktory obchodního provozu VOJ

Zboží – vliv na skladové podmínky, volbu typu skladu, objem zásob, výši tržeb

Počet zaměstnanců a jejich kvalifikace – kvalita a počet zaměstnanců závisí na technologii a rozsahu zásobovacích jednotek

Technologie skladových operací – vztah mezi stupněm mechanizace, rychlostí pohybu zboží a cílovým trhem /hypermarket x specializovaný obchod, globalizace obchodu a standardizace sortimentu a požadavky na skladování/

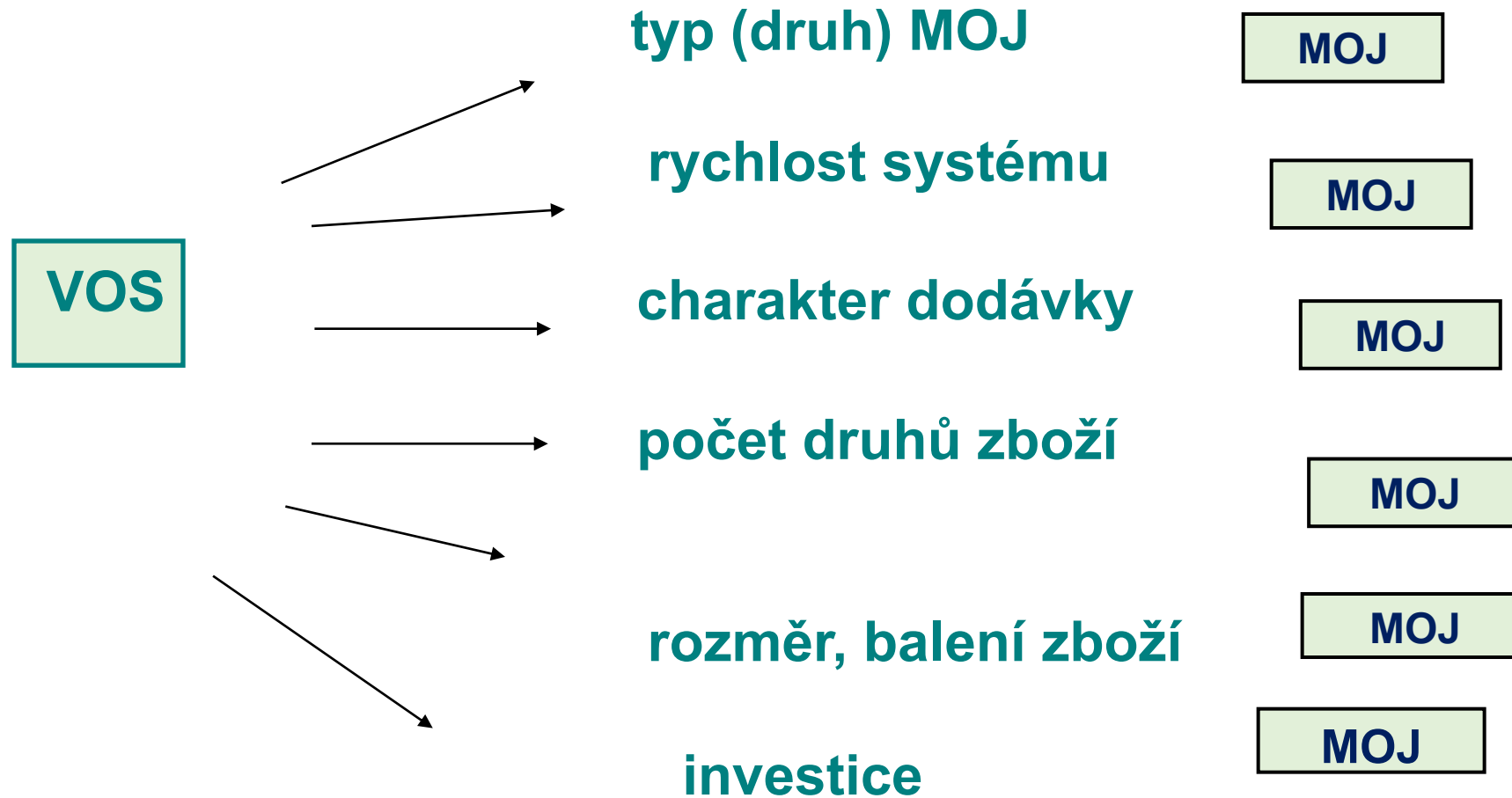
Systém organizace práce – vhodný pracovní režim, směnnost, typ skladu a využití kapacity skladu

Míra, kvalita informací - podobně jako u MO, využití výpočetní techniky zjednodušuje manipulaci se zbožím.



Hlediska mechanizace skladu VOS –velkoobchodní sklad

Stupeň mechanizace: ruční, mechanický poloautomatizovaný, automatizovaný



Výběr stupně mechanizace závisí na potřebné rychlosti pohybu zboží, typu prodejny, charakteru zboží...

Příklad volby skladu



Vazba : sklad  Cílový trh

Vysoce mechanizovaný,
automatizovaný sklad (halový,
výškový)

Sít' supermarketů

VOS

hromadný odběr

široký a hluboký
sortiment

velký počet
odběratelů

Příklad volby skladu



Ruční, mechanizovaný sklad (patrový)

VOS

Cílový trh

Úzce specializované
prodejny
Obuv, galanterie, oblečení

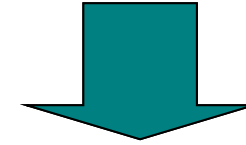
individuální
odběry

nízký počet druhů
zboží

malý rozměr zboží



Hlavní oblasti řízení MOJ



Shrnutí

1. Řízení pracovních operací spojených s nákupem zboží a zabezpečením styku s dodavatelem (*zboží a rozvozní plán, objednávání zboží, průzkum trhu*)
2. Řízení pracovních operací spojených se skladováním a prodejem zboží (*skladová technologie, odběr a převážka zboží, prodej - forma prodeje, dispoziční řešení - prodejní úseky...*)
3. Řízení operací spojených s administrativou jednotky (*vedení účetnictví, evidence tržeb, technická vybavenost...*)
4. Řízení operací spojených s problematikou lidí (*řízení lidských zdrojů, tvorba pracovních kolektivů, pracovní podmínky*)



Shrnutí přednášky

Pracovní procesy a jejich členění - hledisko funkčnosti, charakteru práce, obsahu práce, místní hledisko....

Vnější a vnitřní faktory obchodního provozu MOJ – jejich vliv na provoz

Vnější a vnitřní faktory obchodního provozu VOJ – jejich vliv na provoz

Hlavní oblasti řízení MOJ – nákupní, skladovací a prodejní operace, administrativní a personální operace.