



## 3. tutoriál

### Klíčová myšlenka

- **9. Pracovní motivace a mzdové formy v obchodě**
- **10. Operativní management – pracovní procesy v obchodním provozu**
- **11. Metody organizace práce v obchodním provozu**
- **12. Bezpečnostní management**



# 9

## 9. Mzdové systémy a pracovní motivace v obchodě (interní marketing – cena)

### Struktura:

**požadavky na mzdový systém**

**mzdové formy v obchodě – přímá stimulace a nepřímá stimulace**

**volba pevné mzdy (kdy, výhody a nevýhody)**

**volba provize (kdy, výhody a nevýhody)**

**volba kombinované mzdy (eliminace nevýhod)**

**nepřímá peněžní a nepeněžní stimulace**



## Prestiž obchodu roste a s ním i průměrné mzdy, i když nedosahují průměru v NH:

<b>ROK</b>	<b>% poměr průměrné mzdy v obchodě proti průměru v NH</b>
<b>1953</b>	<b>77,5</b>
<b>1955</b>	<b>83,1</b>
<b>1960</b>	<b>80,8</b>
<b>1970</b>	<b>84,2</b>
<b>1980</b>	<b>82,4</b>
<b>1995 (G)</b>	<b>88,1</b>
<b>2000</b>	<b>98,5</b>
<b>2003</b>	<b>94,7</b>
<b>2004</b>	<b>94,1</b>
<b>2005</b>	<b>92,7</b>
<b>2010</b>	<b>91,1</b>
<b>2015</b>	<b>93,7</b>
<b>2020</b>	<b>91,1</b>
<b>2023</b>	<b>91,8</b>



[https://www.czso.cz/csu/ctace\\_a\\_mzdy\\_prace](https://www.czso.cz/csu/ctace_a_mzdy_prace)

# Reálná situace v maloobchodě ČR - vývoj



Typ prodavače	Průměrná hrubá mzda za jednotlivá období v Kč					
	2000	2004	2008	2012	2016	2018*
Prodavači v obchodech celkově	10 246	12 114	14 842	14 205	17 995	21 218
Prodavač smíšeného zboží	8 956	10 867	14 897	15 610	18 452	21 546
Prodavač potravinářského zboží	9 171	12 201	14 721	12 741	16 217	20 449

2022 prodavač – 25 812 Kč, 2023- 26 295 Kč <https://www.kupnisila.cz/prumerna-mzda/>  
<https://www.kupi.cz/magazin/clanek/23585-prumerna-mzda-prodavacu-a-pokladnich>

\* Seznamte se s reálnou situací v maloobchodě, průměrné mzdy rostou hlavně růstem mezd v některých zahraničních řetězcích... (SO, PP – prezenční přednáška)



9

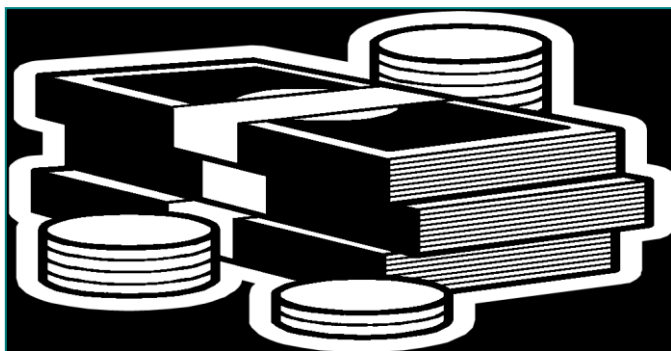
## Způsoby motivace prodejců - mzdové formy v obchodě

**Přímá stimulace  
(peněžní)**

System pevné tarifní mzdy  
System provizí  
Kombinované systémy

**Nepřímá stimulace**

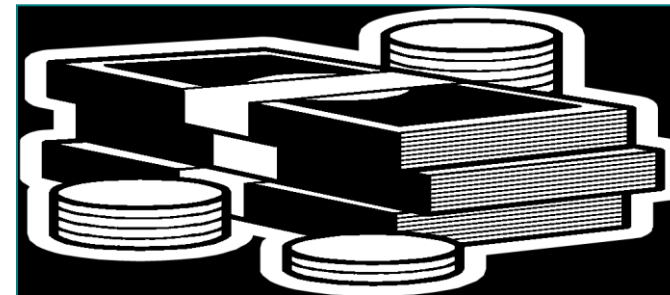
Peněžní  
Nepeněžní



# 9 Kdy volíme pevnou mzdu v obchodě ?



**rámcový odhad mezd  
nepřímé ovlivňování mezd  
velké sezónní výkyvy.**



## **Výhody:**

- známé mzdové náklady
- jistota pro pracovníka
- zjednodušení práce účetních, administračně
- nenáročná evidence
- jednodušší kontrola.

## **Nevýhody:**

- fixování nákladů na pracovní sílu (prodáváme – vyplácíme, neprodáváme – vyplácíme)
- nestimulace pracovních výkonů
- relativní fixnost nákladů (změny vlivem odborů...kolektivní vyjednávání)
- nemožnost diferenciací mezi výkonem pracovníků.

## Kdy volíme provizi ?



Přesnější odhad mezd a menší sezónní výkyvy  
Možnost diferenciacce mezd

### Povaha provize:

- % z dosaženého obratu
- pevná částka za jednotku prodaného množství....

### Výhody provize

- silná motivace prodeje
- variabilitnost nákladů pro zaměstnavatele:
  - nerealizuje li se obrat – nemusí se ani vyplácet provize.

### Nevýhody provize

- nejistota zaměstnance
- nátlakové metody
- preferování prodeje zboží ve vyšších cenách
- závislost prodeje na konjunkturu.



# 9

## Kdy volíme kombinovaný systém ?

Když chceme eliminovat nevýhody předchozích dvou forem.

- Pevná mzda a provize, odměna
- Pevná mzda a systém cílových odměn a prémie s krátkodobým, střednědobým či ročním dosahem.

**Prémie** - splnění plánu obratu celkového prodeje, splnění plánu obratu určitého zboží, realizace speciálních akcí, získávání zákazníků...





9



## Nepřímá peněžní a nepeněžní stimulace - benefity

Nejlepší prodejce roku, nejlepší prodejna roku

Využívání firemních symbolů pro osobní potřebu

Podíly na hospodářském výsledku, bezplatné získání akcií firmy, připlácení na zdravotní a sociální pojištění, důchodové připojištění...

Možnost dalšího vzdělávání, členské příspěvky v prestižních organizacích

Zvláštní dovolená, využívání rekreačních zařízení firmy

Úvěrové systémy pro zaměstnance, půjčky, slevy na zboží

\* Seznamte se  
případovou studií týkající  
se odměňování  
pracovníků ve firmě Baťa  
(PP)





## Obchodní provoz (OP)

Základem obchodně provozní jednotky je OP.

OP je jako systém tvořen těmito základními prvky:

- **zbožím**
- **obchodně provozními operacemi (pracovní procesy) 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 OP 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



**Členění pracovních procesů**- funkční hledisko (nákup, doprava, skladování prodej...), **místní hledisko** (MO, VO, administrativa, pomocné provozy), **obsah práce** (provozní činnosti, řídicí), **charakter práce** (produktivní a neproduktivní činnost, práce plynulá a nárazovitá, jednoduchá a složitá), **celistvost** (homogenní a heterogenní práce).

**Vnější faktory OP MOJ** – **centrála** (strategie a know-how), **zákazník a jeho frekvence** (čas obsluhy a čas nečinnosti), **dodavatelé** (úroveň zásobování), **region** (koncentrace obyvatelstva, kupní síla, kultura), **lokalizace prodejny** (návaznost na prodejny, konkurence, stupeň obchodní vybavenosti).

**Vnitřní faktory OP MOJ** – **zboží** (obchodní sortiment, forma prodeje, frekvence zákazníků), **počet zaměstnanců** (forma prodeje, dělba práce), **obchodní technologie**, **forma prodeje** (dispoziční řešení, pohyb zboží i zákazníků), **system organizace práce** (pracovní režimy, podmínky), **míra informací** (fyzický i elektronický fond).

MO  
Maloobchod  
VO  
Velkoobchod  
MOJ  
maloobchodní  
jednotka

Cíl studia: vysvětlit každý faktor obchodního provozu. Praxe: případová studie-vztahy s dodavateli v praxi (SO 2021,s. 178), Obchod jako zážitek zákazníka (SO 2021, 179). Shrnout své znalosti – subkapitola Hlavní oblasti řízení MOJ 10.4.1 (SO 2021)

## 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.

**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.



**K zopakování !**

Šířka a hloubka sortimentu

- Druh prodejny, ekonomický vliv
- Viz PP

### 3 hlavní skupiny forem prodeje:

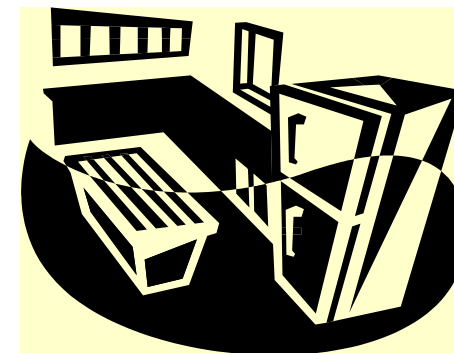
- Prodej s převážnou obsluhou prodavače (**pultový, volný výběr**)
- Prodej, při kterém se zákazník obsluhuje převážně sám (**samoobsluha**)
- Prodej na objednávku (**zásilkový obchod**)

# Kritéria volby formy prodeje



<b>1. Charakter sortimentu</b>	Frekvence nákupu
	Charakter spotřeby
	Cena zboží
<b>2. Technické řešení prodejní jednotky</b>	Velikost prodejny
	Členění ploch
	Možnost mechanizace
<b>3. Personální zajištění prodeje</b>	Zdroje pracovních sil
	Kvalifikace
	Nákladová náročnost

**K zopakování !**



**Základní fáze  
prodeje**

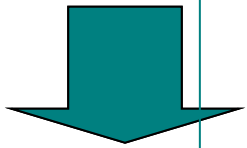


1. Nabídka zboží
2. Výběr zboží
3. Placení zboží
4. Výdej zboží

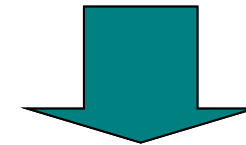


**Záleží na formě  
prodeje**

10



## 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.

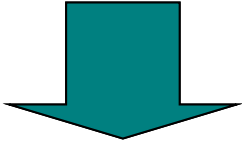
**Pomoc zákazníkovi-poradenství**

**Péče o prodejní zařízení** - mrazící boxy, chladící boxy

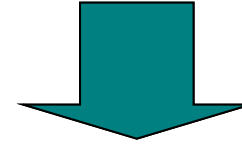
**Ztížení pracovních podmínek**-klimatické podmínky

**Zvláštní odpovědnost**-prodej zbraní, toxických látek.

K zopakování



## Dispoziční řešení



K zopakování

**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*

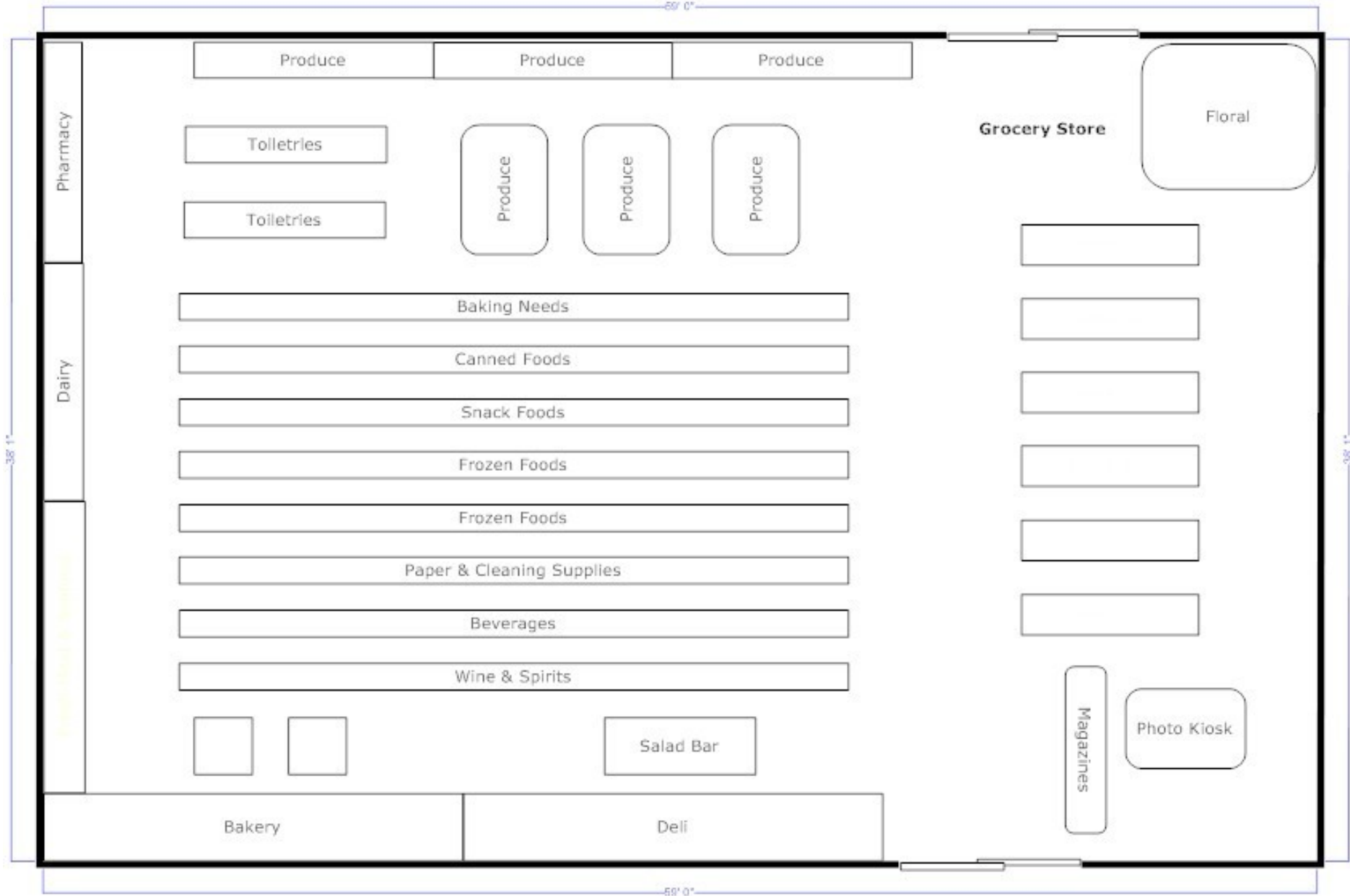
*komunikace (horizontální a vertikální)*



10



# Mřížka – větší uzavřená SO





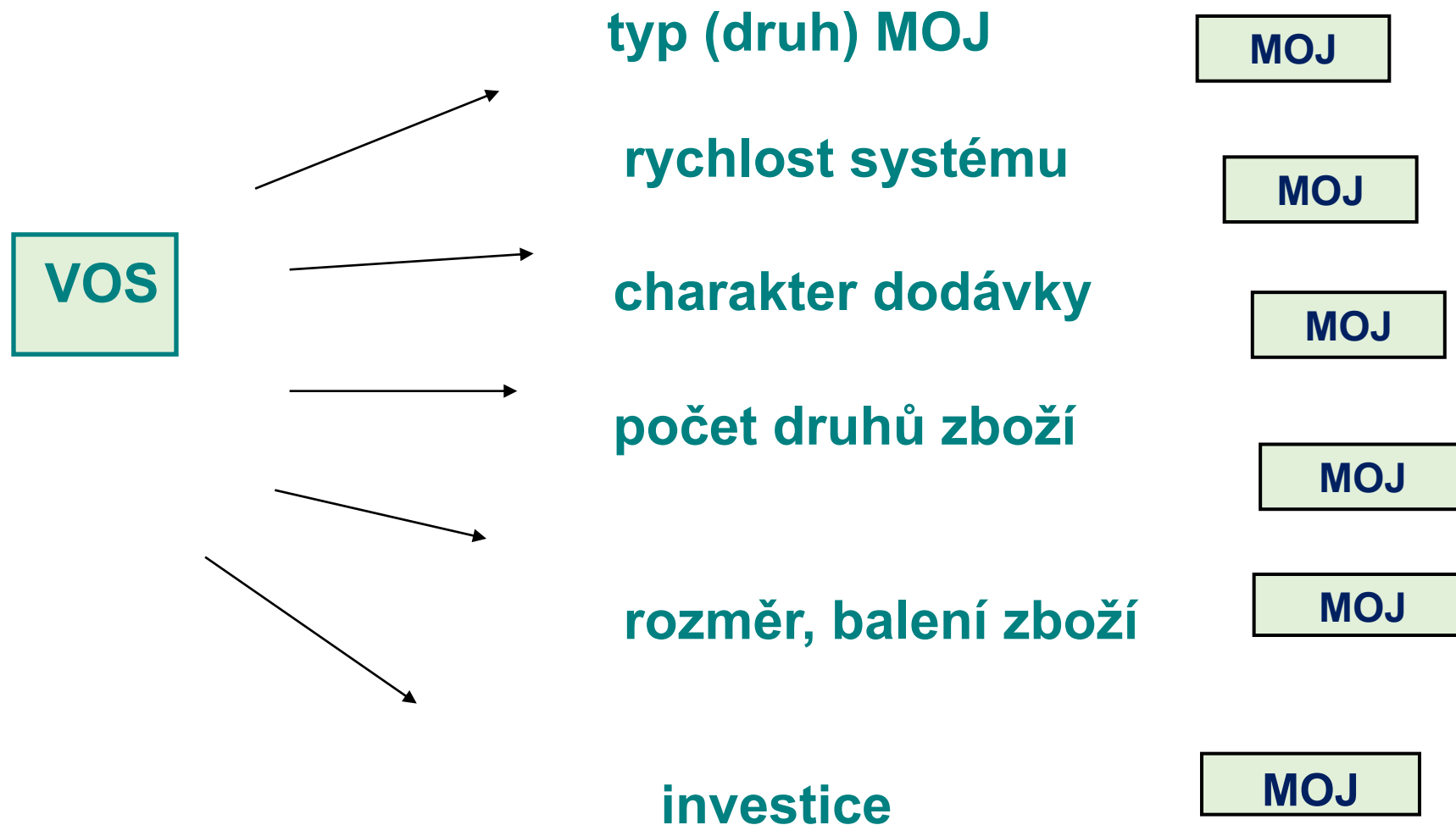
**Vnější faktory OP** – centrála (vliv na nákupní činnost, organizace nákupu), **dodavatelé a zapojení do zásobovacího systému** (úroveň zásob, rychlost obrátky, nákladovost, výše prodejní ceny), **rozsah zásobovaných jednotek** (náročnost kompletace dodávek, velikost, objednávkový systém, kapacita skladu, typ skladu).

**Vnitřní faktory OP** – **zboží** (skladové podmínky, volbu typu skladu, objem zásob, výši tržeb), **počet zaměstnanců a jejich kvalifikace** (technologie a rozsah operací) **technologie skladových operací** (stupeň mechanizace, rychlost pohybu zboží), **systém organizace práce** (pracovní režim, směnnost, typ skladu a jeho kapacita), **míra informací** (podobně jako u MO, zjednodušení manipulace se zbožím).

Praxe: případová studie: Jak dostat zboží do obchodu (SO 2021, s. 185).

Cíl studia: charakterizovat jednotlivé faktory.

# Hlediska mechanizace skladu



## Volba skladu- příklad



Vazba : typ skladu



Cílový trh (rychlost pohybu zboží)

Vysoce mechanizovaný,  
automatizovaný sklad (halový,  
výškový)

Sít' supermarketů

VOS

hromadný odběr

široký a hluboký  
sortiment

velký počet  
odběratelů

## Volba skladu-příklad



Ruční, mechanizovaný sklad (patrový)

VOS

Cílový trh

Úzce specializované  
prodejny

individuální  
odběry

nízký počet druhů  
zboží

malý rozměr zboží

## Manažerský systém informací

Využití čárových kódů (ve SO 2021 – subkap.10.4)

### Vývoj čárového kódu:

Podmínky vzniku čárového kódu

**Východisko: růst šířky a hloubky sortimentu, růst objemu obratu zboží**

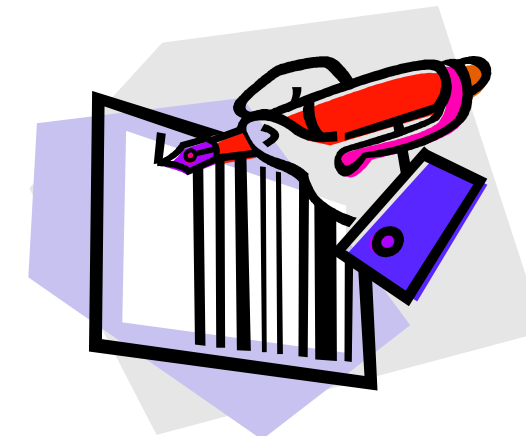
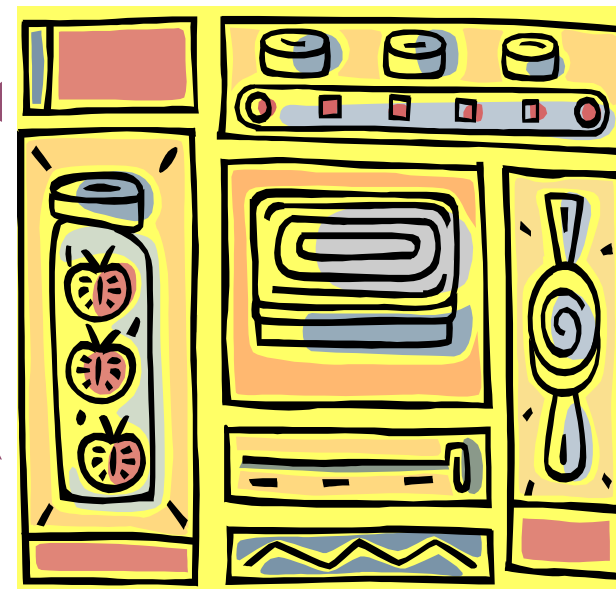
Zvětšování rozsahu obchodních operací

Růst nároků na organizaci pohybu zboží

Nutnost automatizovaného zpracování dat informací – snímání údajů o zboží

Identifikace zboží- kódování, dekodování

Výstup - pokladny



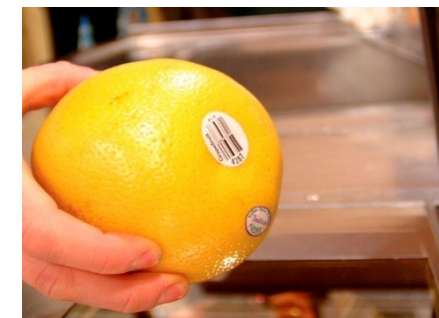
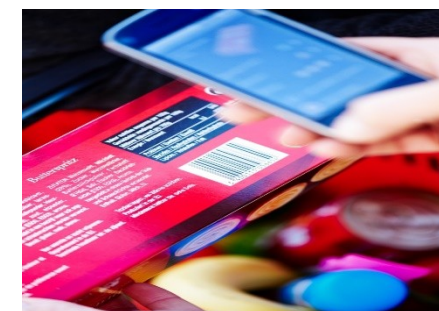
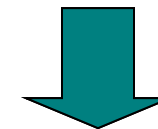
**60. léta** - první pokusy využití čárového kódu v USA v potravinářském obchodě v supermarketech. Byl vytvořen kód UPC (Universal Product Cod, 1973, USA, Kanada).

**Kód UPC** - základ tvorby čárového **kódu EAN** (European Article Number, 70. léta – pilotní projekt v OD Migros ve Švýcarsku), do roku 2006, dnes – **GS1 (GTIN)**

**Kódy pro speciální účely** (krevní banky, přepravní doklady, knihovnictví atd.).

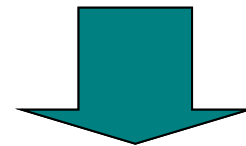
## Rozvoj kódu:

- Sdružení IANA - International Article Numbering Association EAN)
- V současnosti *GS1 International*
- Kód EAN může užívat každý stát zapojený do mezinárodního sdružení GS1 International.
- **Požadavek na kód:** přesnost, čitelnost, zhotovitelnost, vhodná velikost.





## Praxe: Autor čárového kódu



9.12. 2012 zemřel otec čárového kódu **Joseph WOODLAND** ve věku 91 let. Spolutvůrci byli dva. Se svým spolužákem z univerzity ve Philadelphii **Bernardem Silverem** přemýšleli již ve **40. letech** minulého století, jak splnit zadání šéfa jednoho obchodního řetězce, jenž si přál urychlit prodej a urychlit fronty u pokladny. V roce **1949** požádali patentový úřad o ochranu svého nápadu. Ten se netvářil příliš nadšeně a udělil ji až v roce **1952**.

Bliže: [https://technet.idnes.cz/vynalezce-carovy-kod-norman-joseph-woodland-fm6-/tec\\_technika.aspx?c=A121215\\_002013\\_tec\\_technika\\_pka](https://technet.idnes.cz/vynalezce-carovy-kod-norman-joseph-woodland-fm6-/tec_technika.aspx?c=A121215_002013_tec_technika_pka)

Pak se po objevu slehla země. Až **v 60. letech minulého století** po něm sáhla společnost IBM, kde Woodland pracoval a systém snímání byl dokončen v podobě, jakou známe dnes.

Počet pípnutí čárového kódu dosahuje denně na celém světě dnes cca 5 miliard.

Bliže: <https://www.podnikatel.cz/clanky/nepouzivate-jeste-carove-kody-chyba-pomohou-vam-i-ve-vyhledavacich/>





## Praxe: Historie čárového kódu u nás



- 1979** – výrobky pro export označené čár. kódy (Čokoládovny, n. p.) požadavek partnera Tesco
- 1983** – ČSSR se stalo členem IANA
- 1985** – realizace pilotního projektu pro celou RVHP
- 1987** – jediný socialistický stát soběstačný k výrobě EAN, první aplikace v OD Kotva v Praze
- 1992** – radikální změny s příchodem transformace
- 2013** – vznik organizace GS1 Czech Republic.

# Varianty EAN, dnes označovány jako GS1 GTIN



## 1. GTIN-13 - zboží (stanovuje výrobní podnik)

13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
Číslo státu 859			Identifikace výrobního podniku				Označení výrobku - spotřebitelská jednotka					K

## 2. GTIN-8 - zboží (Čs. středisko EAN, dnes GS1 Czech Republic)

8	7	6	5	4	3	2	1
Číslo státu			Označení výrobku - spotřebitelská jednotka				K

**Kód  
neobsahuje  
cenu zboží!**

**GTIN 14** – využíván pro identifikaci logistických jednotek nebo přepravních obalů.

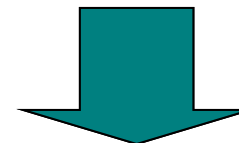
**GTIN** – globální číslo obchodní položky .

<https://www.gs1cz.org/>

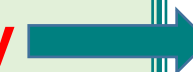
<http://www.whp.cz/carove-kody-seznam-zemi-ean-ucc-gs1.html>



## Praxe: Čárové kódy se neustále modernizují a vyvíjejí



- Nejčastěji evropskými symboly jsou **EAN-13** (GTIN13), **EAN-8** (GTIN8) a nově také GS1 DataBar.
- Kódů ale existuje celá řada, některé se ovšem používají výhradně v lékařství, jiné v logistice nebo v knihovnách...
- Vedle lineárních EAN kódů se dnes hodně prosazují **QR kódy** (dvojrozměrné-2D kódy), slouží k pohodlnému přístupu na internetové stránky po načtení kódu z obalu výrobku, letáku, plakátu ...
- Dále se využívají **RFID** kódy.



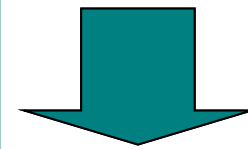
Nastudujte si blíže charakteristiku zmiňovaných druhů kódů a jejich využití v obchodě ve SO 2021, s. 191):

- GTIN, QR kódy, RFID kódy, GS1 DataBar.

- <https://www.podnikatel.cz/clanky/nepouzivate-jeste-carove-kody-chyba-pomohou-vam-i-ve-vyhledavacich/>



## Řízení prodejen pomocí čárového kódu: (shrnutí)



- Realizace **nákupní, prodejní a cenové** politiky, rozvoj marketingu.
- Uplatňování **personální** politiky v oblasti odměňování a prémiování pracovníků.
- **Naplňování finanční politiky**- sledování vázanosti finančních prostředků v zásobách - úvěrová politika.
- **Řízení stavu zásob**, jeho regulace, sledování prodejnosti zboží, **zaměření reklamy dle prodejnosti**.
- **Sledování frekvence** zákazníků.
- Čárové kódy lze používat v nejrůznějších, a to i **extrémních prostředích a terénech** (tisk na materiály odolné mrazu, teplotě, odolné kyselinám, nadměrné vlhkosti...)



UPC, EAN, GS1 GTIN, GS1 Data Bar, RFID kódy...

**Racionalizace práce pokladních (automatizovaný pokladní systém)**

**Racionalizace práce prodejny, digitalizace maloobchodu, robotizace**

**Elektronické cenovky, nákupní košíky sčítající hodnotu nákupu, automatizace prodejny, inteligentní regály, roboty.**

**Racionalizace administrativních a bankovních operací  
(bezhotovostní stvk)**

**Některé diskonty zpočátku odmítaly běžné karty (např. Penny Market, Kaufland ... dnes již využívají)**

**Rozvoj elektronické ochrany zboží (EAS)**

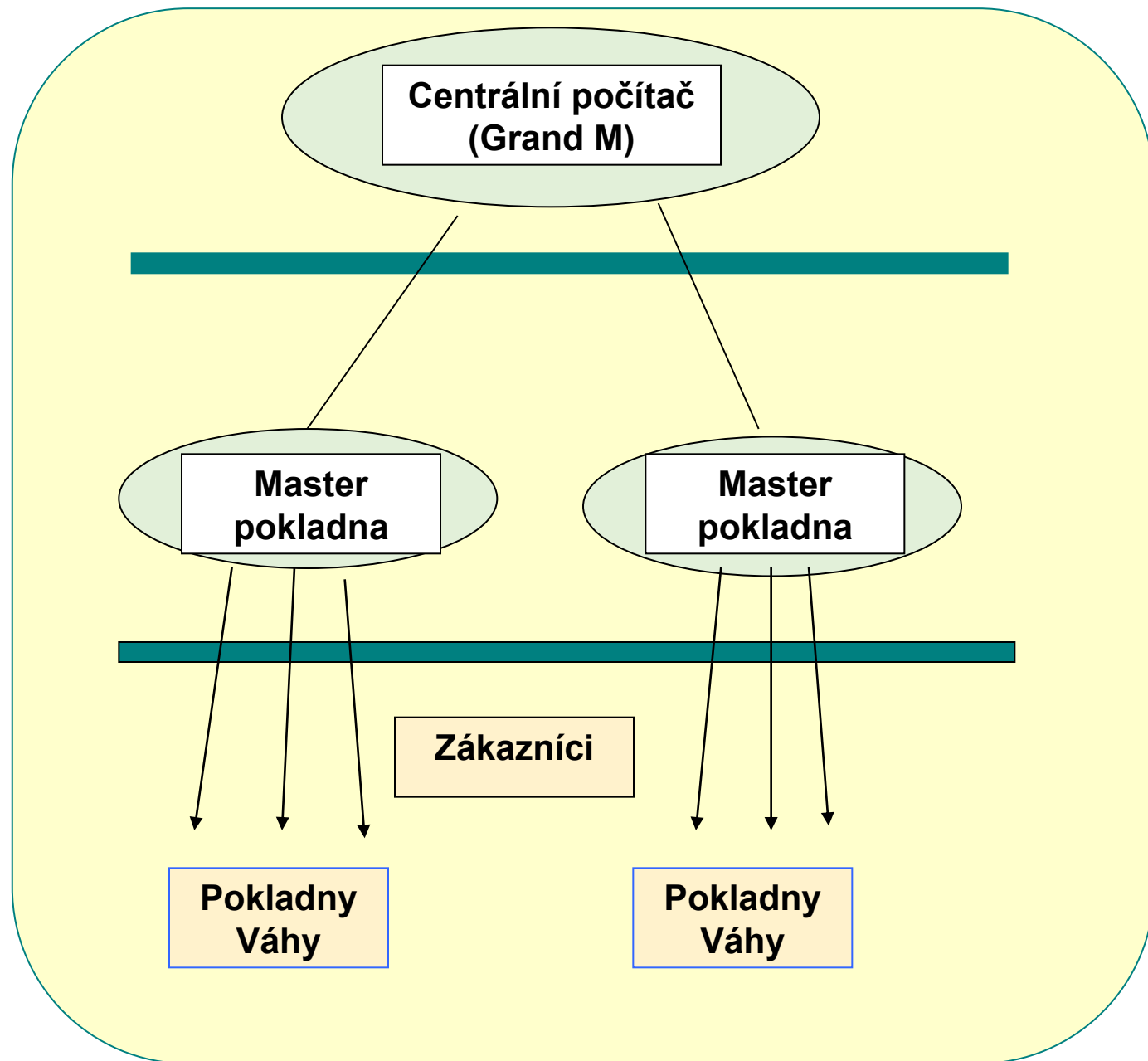
**Digitalizace a robotizace** – informativně, SO 2021, s.197-201, Případová studie – Automatizované prodejny SO 2021, s. 196-Carrefour v Brazílii)



Centrála

Filiálka

Prodejna



**Tok informací**



## Technické zabezpečení identifikace zboží

Dva typy pokladen:



**On-line režim pokladny,  
pokladna je napojena na  
řídící systém**



**Off-line režim pokladny.  
Slouží k samostatnému  
nasazení**

Nejnovější trend, a to  
skenery pro samoobslužné  
nakupování (scan&go).  
GLOBUS (PP)

**Pokladna má standardní vybavení, pokladní systém danou  
kapacitu:**

**Kapacita je dána:**

**počtem druhů zboží**

**počtem pokladních**

**počtem zapojených pokladen.**





- digitalizace obchodních činností – celého nákupního procesu
- digitalizace platebního procesu – rychlejší odbavování zákazníků
- „chytrá prodejna (elektro prodejny Datart),  
humanizace prostoru prodejní jednotky sleduje polidštění prostoru, zpřehlednění vystaveného zboží, jednodušší orientaci zákazníků na prodejní ploše a pohyb na prodejně. A to všechno je zajišťováno za pomoci nových materiálů a technologií (viz. kap. Marketing v obchodních organizacích (4.0)
- virtuální prodej.

## Robotizace (umělá inteligence)

● zjednodušení provozu, zlepšení služeb zákazníků, snížení nákladů, nahrazení některých pracovních pozic. Robot pracuje 24 hodin denně, 7 dní v týdnu, čímž se zvyšuje produktivita práce. Eliminují se lidské chyby a zvyšuje přesnost. Robot – monotónní práce, člověk kreativní. Technologické pilíře MO: wi-fi, beacony, kamery

**Beacony:** nové majáky marketingu (malé krabičky na stěně)

zaregistrují blížícího se zákazníka, pošlou mu formou notifikace radu či nabídku na aktuálně zlevněné zboží v jeho blízkosti.



# Operativní management: Metody organizace práce



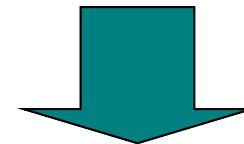
## Metody tradiční analýzy

- **Pracovní studie:**
  - postupové (posloupnost operací)
  - časové (čas na splnění úkolů)
  - prostorové (dispoziční řešení, viz předchozí kapitola)
  - studie cest pracovníků (pohyb na pracovišti)
  - pohybové studie (ergonomie, práce na pokladně)
- **Frekvenční testy** (návštěvnost zákazníků)
- **Cyklické nástupy pracovníků** (dostatečné množství pracovníků)

## Metody operační analýzy (jiné kurzy)



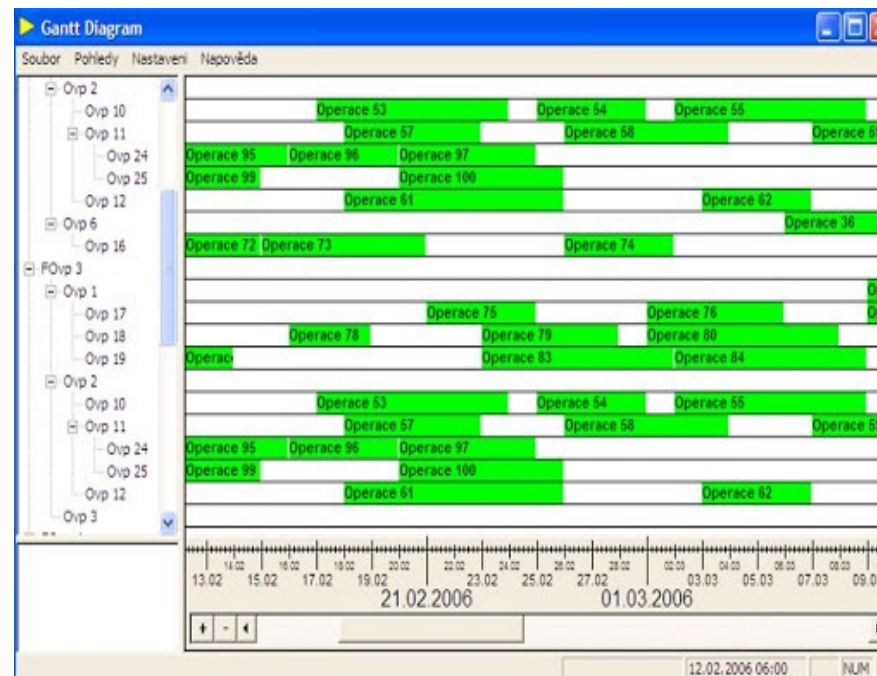
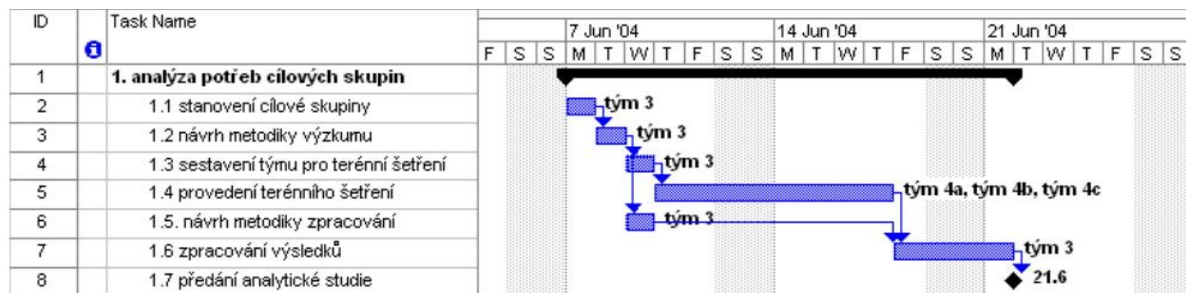
- **Metody síťové analýzy**
- **Teorie front**
- **Dopravní problémy**
- **Teorie zásob**



## Postupové studie –

- Představují znázornění posloupnosti prováděných činností (operací).
- Není vždy registrována doba, která je potřebná na uskutečnění určitého **procesu** ani jeho dílčí části.
- Ganttův diagram – graficky zachycuje operace i čas.

## Ganttův diagram (úsečkový graf)





Postup času	Hod. spotřeba	Index	Činnosti
0.... . . . 24		1...n	Spánek, cesta do práce, čtení tisku, administrativní práce, porada, příprava materiálů, jídlo, studium, rodina, TV ...

## Časové studie:

chronometráž  
momentkové pozorování  
snímek pracovního dne

## Snímek pracovního dne:

Jedná se o zaznamenávání a hodnocení spotřeby pracovního času pracovníka či skupiny pracovníků během celé směny.

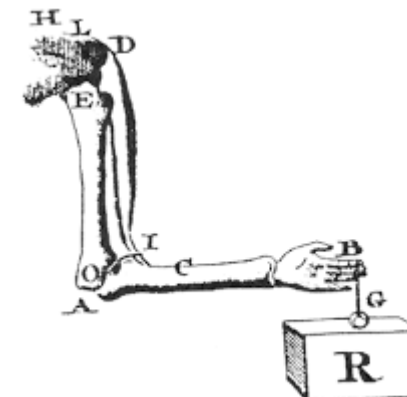


**Ergonomie** (z řečtiny ergon - práce a nomos zákon) vznikla jako obor zabývající se optimalizací potřeb člověka v pracovním prostředí a v jeho pracovních podmínkách.

**Studie:** ergonomicky uspořádané pracoviště má pozitivní vliv na výkonnost pracovníka, snižuje úrazovost a celkově přispívá k větší efektivitě práce.

**Ergonomie pracovního místa** - ergonomie a pracovní polohy se řeší kvůli kontrolám z hygieny. Důležitější je, aby se zaměstnanci při práci cítili dobře a mohli podávat 100% výkony.

**Ergonomie v maloobchodě** - např. pokladny, pulty ...



**Seznamte se s případovou studií o polohovacích pultech a pokladnách.**

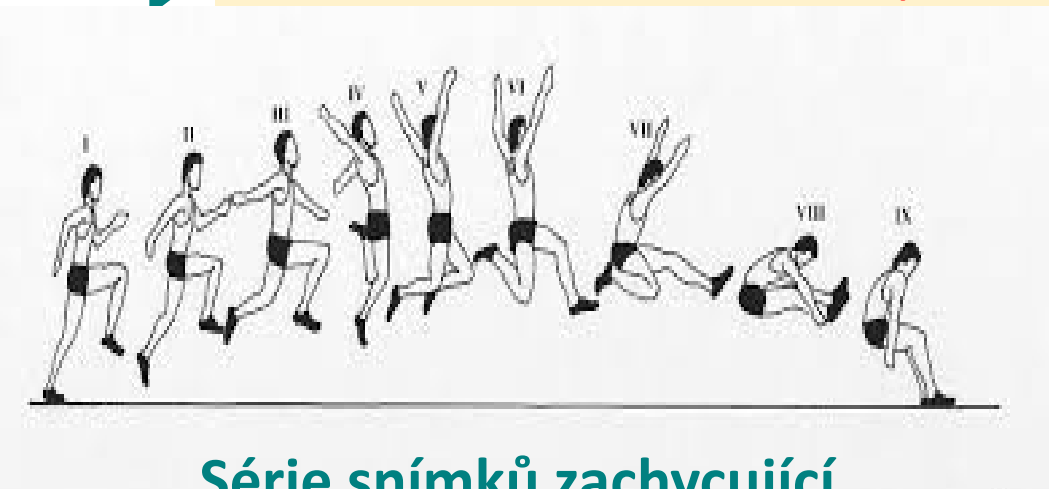
# Pracovní studie - prostorové studie - regulace cest zákazníků, zboží a zaměstnanců

**Problém** – křížení cest (vlivy: zboží, zákazník, forma prodeje, dispoziční řešení, organizace práce...).

**Cíl:** přímé, co nejkratší cesty

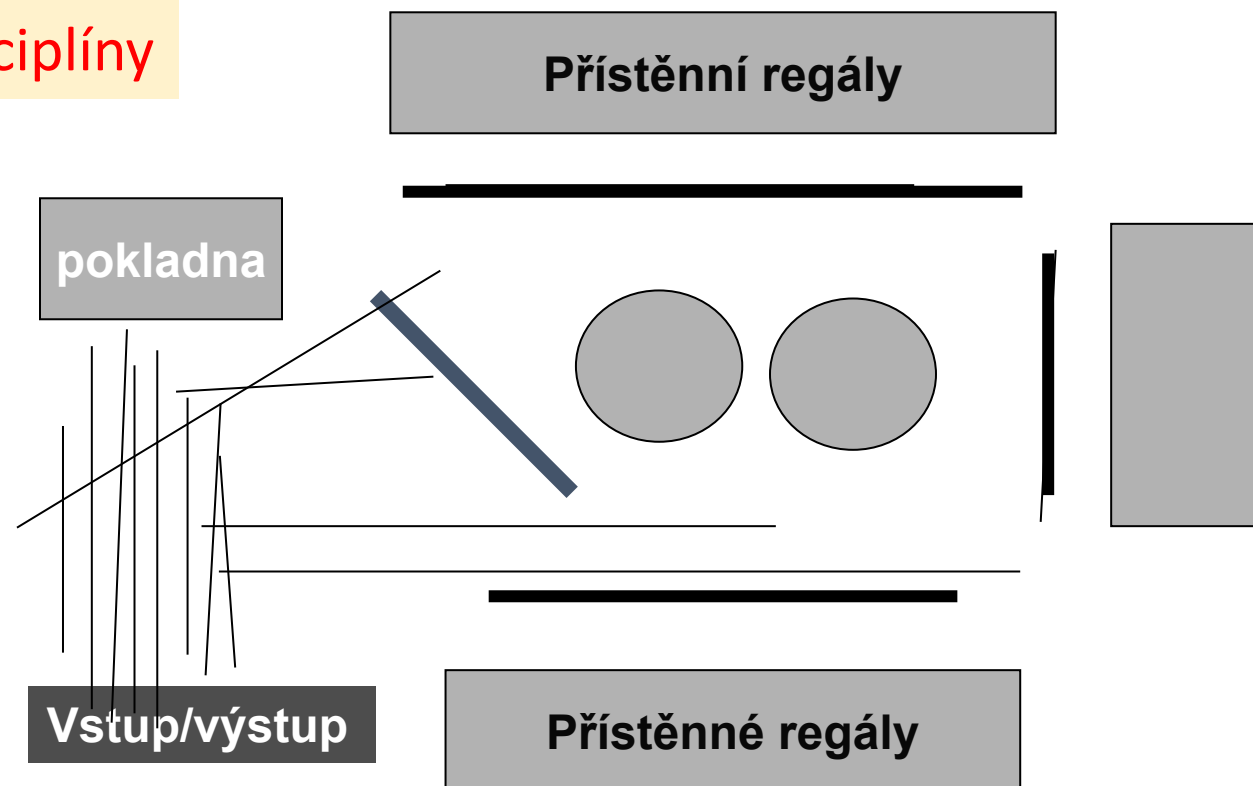
↓ **KINOGRAM**

Používá se v různých oblastech lidské činnosti - film, animace, sportovní disciplíny



Série snímků zachycující tentýž objekt v jednotlivých fázích

Malá uzavřená samoobsluha





## CO PŘINÁŠÍ METODIKA RFID?

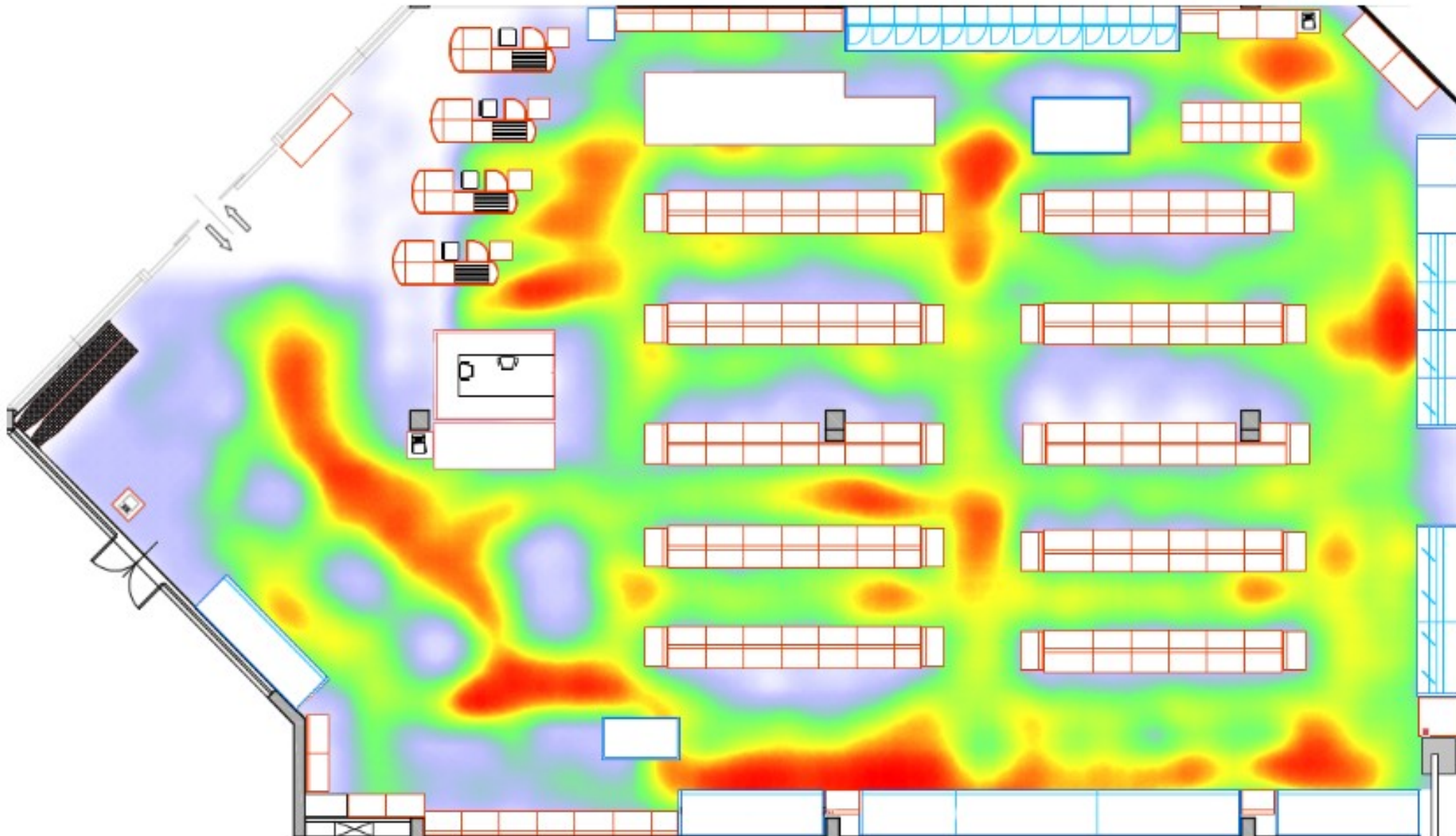
(speciální kódy)

• Anonymní mapování pohybu velkého počtu (desítky tisíc) zákazníků po prodejně (kam chodí, zastavují se, nakupují) a jeho vývoj v čase (během dne, dni v týdnu, týdnů v měsících).

**Tepelné mapy (heat maps)** – slouží k zachycení pohybu zákazníků, studené barvy slabší pohyb, teplé barvy silný pohyb.

Sleduje se:

- Přítomnost na zákazníka místě
  - Zastavení
  - Délka času
  - Směr a rychlost pohybu
  - **Hlavní výhody:**
  - Nakupující nejsou ovlivňováni => **chovají se přirozeně**
  - Velký vzorek => **representativní / umožní kvantifikaci**
- RFID kódy – umístění na nákupním vozíku.**



Prostorové studie



11

## **Frekvenční testy:** slouží ke sladění činností prodejny s návštěvami zákazníků:

### **1 Přípravná fáze**

- a vymezení reprezentativního období
- b vymezení statistické jednotky (**prodejna**)
- c způsob sledování (**všichni, jen kupující...**)

### **2 Vlastní realizace**

### **3 Vyhodnocení výsledků**

- sumarizace údajů a třídění podle dvou hledisek:
  - průměrný denní test frekvence v hodinách (**8-9, 9-10, 10-11...**)
  - průměrný průběh frekvence ve dnech týdne (**pondělí – 8-9, úterý 8-9...**)

### **4 Doporučení pro optimální zásahy do řízení**

- vchody, východy, výtahy, pohyblivá schodiště, otevírací doba,
- sladění operací, rozvrhy pracovní doby, organizace přejímky...



## Regulace pracovních režimů

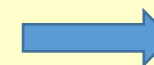


V obchodě se využívají tradiční pracovní režimy a specifické.

*Tradiční režimy:* na plný úvazek a na směny

*Specifické režimy:*

- Zkrácený úvazek (4 hod, 6 hod denně)
- Zkrácený pracovní týden - 4 krát 10 hodin, větší koncentrace volna
- Stálá částečná pracovní doba - určité operace, určité dny, denní špičky
- Flexibilní pracovní doba - ve správě
- Rotace pracovního místa - střídání dvou pracovníků na jednom místě
- Telecommuning (teleworking, homeworking)
- Cyklické nástupy pracovníků - režimy dle frekvence zákazníků (modelové úlohy dle průměrné doby obsluhy, dle indexů frekvence.
- Rozložení času práce: přestávky, oddechový čas, podíl stereotypních prací...



# 11

## Modelová úloha - 1. přístup: dle průměrné doby obsluhy

- Na základě frekvence zákazníků proveďte odhad počtu pracovníků pultové prodejny, které budeme potřebovat v jednotlivých hodinách provozu. Průměrná doba obsluhy 1 zákazníka činí 3 min. Prodejna má 4 pracovníky na plný úvazek. Budeme muset posílit některé hodiny o brigádníky?

- 8-9 50 prac. 14-15 62 prac.
- 9-10 60 prac. 15-16 80 prac.
- 10-11 70 prac. 16-17 92 prac.
- 11-12 65 prac. 17-18 85 prac.

Prodej. doba	Ø doba obsluhy	Ø počet zákazníků	Potřebný fond prac. doby (min.).	Potřebný počet prac.	Upravený počet
8-9	3	50	150	2,5	3
9-10	3	60	180	3	3
10-11	3	70	210	3,5	4
11-12	3	65	195	3,25	4
-					
-					
14-15	3	62	186	3,1	3
15-16	3	80	240	4,0	4
16-17	3	92	276	4,6	5
17-18	3	85	255	4,25	5

Mezi 8-10 hodinou lze obsluhovat i doplňovat zboží, mezi 10 -12 se budou pracovníci věnovat pouze obsluze. Doplňovat zboží je možné ještě mezi 14-15 hodinou. Od 16 do 18 hodiny by prodejna potřebovala posílit provoz o 1 brigádníka.

# 11

## Modelová úloha - 2. přístup: dle indexů frekvence

### Zadání:

6 zaměstnanců s 8 hodinovou pracovní dobou

Provozní doba: 8 hodin + (30 min před a 30 min po ukončení prodejní doby) = 9 h

rovnoměrný počet pracovníků  
(průměr):  $6 \times 8 / 9 = 5,3$

Pozor na hodiny 15-16, 16-17, 17-18.

Prodej. doba	Ø počet zákazníků	Index frekvence	Rovnoměr. počet prac.	Potřebný počet prac.	Upravený počet
8-9	55	0,88	5,3	4,7	5
9-10	60	0,96	5,3	5,1	5
10-11	64	1,03	5,3	5,5	6
11-12	55	0,88	5,3	4,7	5
12-13	-	-			
13-14	-	-			
14-15	62	0,99	5,3	5,2	5
15-16	68	1,09	5,3	5,8	6
16-17	70	1,12	5,3	5,9	6
17-18	65	1,04	5,3	5,5	6
Ø	62,4				

# 11 Faktory pracovních podmínek:

- Technické podmínky práce a bezpečnost
- Ekonomické podmínky práce
- Fyzikální a zdravotně hygienické podmínky
- Sociální podmínky
- Subjektivní podmínky života zaměstnanců

Úroveň pracovních podmínek: rozvoj země, legislativa, firma, interní marketing,... organizace práce....

Příklad z praxe: Spravedlivé podmínky práce:  
Metro/Makro  
<https://www.makro.cz/spolecenska-odpovednost/zasady-spravedlivych-pracovnich-podminek>  
ILO-mezinárodní organizace práce

**Vybavenost pracovišť'** pracovními prostředky a technologií (nároky na živou práci, problematika práce žen, kulturní rozdíly a vyspělost regionů).

**Ergonomické podmínky – nemoci z povolání** (kritická místa: expediční a příjmové rampy, vykládka zboží, práce u počítačů, pokladní přepážky).

• **Fyzikální a zdravotně hygienické podmínky** (osvětlení, barevné řešení pracoviště, zvukové podmínky, mikroklimatické podmínky)

Seznamte se s případovou studií o snižování fluktuace v obchodě (prezenční přednáška)

Jsou důležité pro zaměstnance i zákazníky

**Fluktuace - důsledek nevhodných ergonomických řešení, ekonomických podmínek a dalších ...**



## Kontrola v obchodě

### Význam kontroly

- zkvalitňování **zásobování** obyvatelstva, kulturnosti, odbornosti a hygieny prodeje (**vnější kontrola, dozorové orgány**)
- zkvalitňování řádného **hospodaření firmy**
- odhalování a postihování nedostatků
- odhalování **zdrojů úspor**

### Vnitřní kontrola

- **průběžná** ze strany vedoucích všech stupňů
- **pravidelná** ekonomická kontrola
- soustavné kontrolování a sledování hospodářské činnosti
- organizování prověrek a revizí plnění předpisů, směrnic...
- ochrana majetku - **bezpečnostní management.**



## Vnitřní krádeže

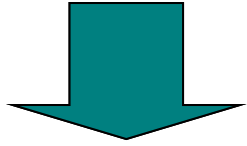
**Jsou způsobeny vlastními zaměstnanci**

### Druhy vnitřních krádeží

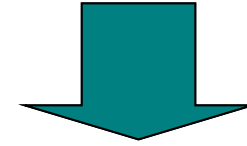
manipulace se slevami  
pokladní zpronevěra  
manipulace v  
účetnictví  
zcizování zboží

### Prevence proti vnitřním krádežím

pečlivý výběr zaměstnanců  
výcvik pracovníků  
motivace pracovníků  
účinná vnitřní kontrola a  
organizace práce  
**funkce podnikového kontrolora  
– dobře zaplaceného**



## Dle výsledků European Retail Theft Barometer:



### ■ Ztráty v obchodě (2016):

- přeprava 7 %
- manipulace v obchodě 15 %
- změna vlastnosti zboží 3 %
- vypršení lhůty spotřeby 6 %
- nesprávné kódy 11 %
- krádeže zákazníků 43 %
- krádeže vlastních zaměstnanců 15 %.

■ Zdroj: *Kriminalita*. [online]. [vid. 20. listopadu 2020] Dostupné z [http://www.fox.cz/vice\\_nez.html](http://www.fox.cz/vice_nez.html)

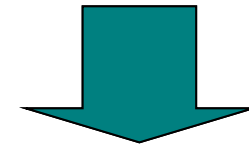
■ <http://www.asiscz.org/>

## Druhy vnějších krádeží

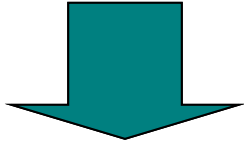
- odnášení zboží a krádeže
- krádeže nákupních vozíků
- loupeže
- krádeže na rampách
- další formy (falešné šeky...)

### Prevence proti vnějším krádežím

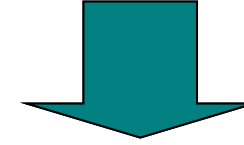
- optimální organizace práce
- lidské prostředky, školení
- věcné prostředky.







## Vnější krádeže dle Evropského barometru



- ze strany zákazníků v průměru představují ztráty v evropském obchodě 43 % z celkových ztrát
- ochrana nákupních vozíků (1 vozík stojí 80-100 Euro)
- některé firmy uvádějí ztrátu cca 20 vozíků měsíčně (bez ochrany)
- váhové scannery u pokladen snižují podvody zákazníků s vážením !

**Nejvíce krádeží - před velikonočními a vánočními  
(v ČR krádeže do 5 000,- Kč: přestupek)**



## Krádeže nákupních vozíků



- Prvenství krádeží – Vídeň
- 2006 – 30 000
- 2016 - 19 000 ročně
  
- V ČR – není přesná statistika,
- cca 400 vozíků ročně v hypermarketech

Zdroj: *Ve Vídni se krade nejvíc vozíků v Evropě, loni jich zmizelo 19 000. Češi jsou poctivější.* [online]. [vid. 20. listopadu 2017].

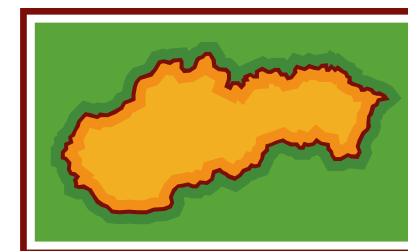
Dostupné z: [https://www.irozhlas.cz/ekonomika/ve-vidni-se-krade-nejvic-voziku-v-evrope-loni-jich-zmizelo-19-000-cesi-jsou-v\\_1708220751\\_pj](https://www.irozhlas.cz/ekonomika/ve-vidni-se-krade-nejvic-voziku-v-evrope-loni-jich-zmizelo-19-000-cesi-jsou-v_1708220751_pj)



## Kde se nejvíce zcizuje zboží?

Země	podíl krádeží na dosahovaném obrátu v %
Pobaltské státy	1,42
ČR	1,41
Slovensko	1,40
Maďarsko	1,38
Finsko	1,34
Portugalsko	1,34

**Průměr v Evropě 1,24 %. (výzkum se dotýkal 24 firem, které dosahují cca 20% maloobchodního obrátu v Evropě.)**



## Nejméně se zcizuje zboží:

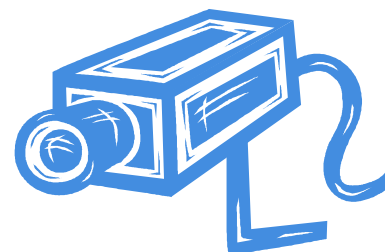
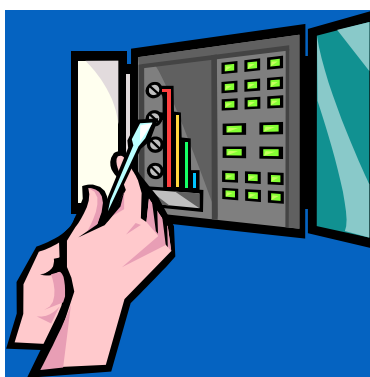
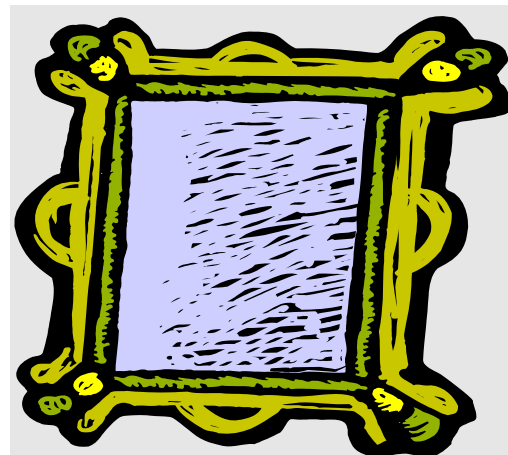
Země	podíl krádeží na dosahovaném obratu v %
Rakousko	0,94
Švýcarsko	0,96
Německo	1,07

Centre for Retail Research (VB). [online].  
[vid. 20. listopadu 2017]. Dostupné z  
<http://www.fox.cz/podceneni.html>



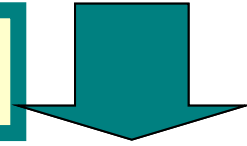


**Zrcadlové vybavení**  
**Kamerové systémy**  
**Elektronická ochrana**  
**zboží**  
**Integrované bezpečnostní**  
**systemy**





## Elektronická ochrana zboží:



### Elektronické anténní systémy EAS (Electronic Article Surveillance)

- detekční antény u vchodu
- ochranné etikety
- deaktivátory.

### Inteligentní ochranné prvky (RF/ID)

- umožňují přiřadit vlastní kód každému výrobku
- možnost pokladny bez obsluhy-selfscanning
- zákazník si může zboží uložit do tašek a projde-li inkasní zónou je mu sečtena celková suma nákupu.

### Elektrické smyčkové systémy

- elektromagnetický princip
- do smyčkového systému jsou zapojeny všechny vystavené výrobky, která mají čidla napojená na ústřednu sledující el. obvody a jejich případné narušení (**využití např. u spotřební elektroniky**).



## **Integrovaný bezpečnostní systém (IBS)**

- **Bezpečnostní analýza (co chceme chránit)**
- **Hodnotová analýza (hodnota hmotného i nehmotného majetku)**
- **Pravděpodobnost vzniku škod.**



## **Kompletní pojetí ochrany**

- **Pasivní ochrana: (mříže, zámky ...)**
- **Aktivní ochrana: informace o ohrožení**
- **Pasivní a aktivní ochrana tvoří funkční strukturu IBS, funkce:**
  - **informační: signál**
  - **vyhodnocovací: záznam**
  - **výkonná: zásah.**



Děkuji za pozornost  
Halina Starzyczna

Hodně štěstí u zkoušky