

Robotizace v českém obchodě se více dotkne výrobců potravin než obchodníků

Ačkoliv některé studie uvádějí, že odvětví obchodu bude jedním z nejvíce ohrožených z hlediska nástupu robotů, nepanuje na tom shoda. Podle obchodníků se totiž zavádění robotických systémů dotkne zejména výrobců potravin; velkoobchody naopak budou dále spoléhat na manuální pracovníky. Experti zároveň uvádějí, že současné snahy o automatizaci v podobě zavádění samoobslužných pokladen často vůbec neznamenají snížení počtu zaměstnanců, zrychlení odbavení zákazníků a zvýšení jejich spokojenosti.

Až 99 tisíc pracovních míst by mělo být do roku 2033 ovlivněno zaváděním nové techniky v českém velkoobchodě a maloobchodě. Ukazuje to studie Automatizace práce v ČR společnosti Deloitte, podle které lze do modernizačních procesů kromě robotizace skladů zařadit také další rozšiřování bezobslužných pokladen či postupné zavádění plně bezobslužných prodejen. Podle některých odborníků však současný vývoj příliš neukazuje, že by mělo dojít přímo k redukci pracovních míst. „U velkých řetězců je vidět, že se i přes automatizaci v podobě samoobslužných pokladen počet jejich zaměstnanců zvyšuje,“ uvedl předseda Asociace komunikačních nástrojů a internetu věcí (CTIT) Jiří Fuchs.

Zmíněná studie dále uvádí, že částečně robotizované sklady jsou realitou už dnes. Týká se to zejména fyzicky náročné práce, která nevyžaduje manuální zručnost. Například převozy nadměrného nákladu ve skladu tak nyní částečně zastávají robotické systémy. Nejdůležitější činnosti, kam patří např. kompletace objednávky, však mají stále na starosti lidé. Studie jako hlavní důvod uvádí široký sortiment prodeje, který pokročilejší robotizaci brání.

Podle obchodníků by to tak přitom mělo zůstat i do budoucna. „Předpokládáme, že do automatizace a robotizace půjdou zejména velcí výrobci potravin. Budou vozit zboží po ucelených paletách, se kterými jsou roboty schop-

né dobře pracovat a naložit je do kamionů. Odlišná situace je však u jednotlivých kusů zboží nebo kartonů, s těmi už automatizované stroje efektivně pracovat nedovedou. Lidská ruka je v tom nezastupitelná,“ řekl předseda obchodního družstva CBA Roman Mazák. Právě tato skutečnost související s omezenými schopnostmi robotů bude podle něj v budoucnu znamenat, že se na distributory v podobě velkoobchodů plně přenesou zásobování prodejen, které vyžadují menší množství zboží.

Změna způsobu zásobování

V současnosti se totiž část výrobců potravin stále snaží zásobovat prodejny přímými závozy z výroby. „Nástupem robotizace u výrobců se od toho upustí. Konečně tak dojde k tomu, že výrobce bude vyrábět, distributor distribuovat a prodejna prodávat, jak to funguje všude ve světě,“ doplnil Mazák s tím, že výrobci nebudou mít v budoucnu s roboty šanci zajistit takový servis jako distributor. Velkoobchody je předčí každodenními závozy do prodejen, šíří sortimentu, vrácením obalů či rychlostí reakce na požadavky klientely.

Se zaváděním robotizace do skladů tak nelze počítat plošně. Zejména ty velkoobchody, které zásobují menší prodejny, budou stále spoléhat na manuální pracovníky. Neznámá to však, že by se velkoobchody měly automatizaci či elektronizaci procesů plně vy-

hnout. „Naopak, elektronizované příjmy zboží či fakturace celý proces zásobování maximálně zefektivní. Dalším krokem je pak propojení prodejen s objednávkovým systémem velkoobchodu. Distributoři, kteří v tomto ohledu v poslední době zaváhali, mohou mít v budoucnu výrazné problémy,“ varoval Roman Mazák.

Automatizace v prodejnách

Nástup moderní techniky v českém obchodě se však nebude týkat pouze robotů ve skladech. Kromě zavádění samoobslužných pokladen lze už v současnosti najít příklady úplně bezobslužnosti. „K tomuto trendu mohou napomoci i digitální cenovky. V nizozemské síti prodejen díky nim zákazník vybrané zboží zaplatí rovnou věrnostní kartou propojenou s bankovním účtem či pomocí aplikace v mobilním telefonu. Kartu či telefon nakupující přiloží k elektronické cenovce zvoleného zboží, které si pak rovnou uloží do tašky. Platba poté proběhne do deseti minut,“ uvedla Lenka Láčková ze společnosti Nielsen.

Podle odborníků lze počítat i s tím, že někteří obchodníci k pokročilejší automatizaci při maloobchodním prodeji nebudou sahat. A to i v případě většího rozšíření technických vymožeností na tuzemském trhu. „Často bývá diskutována otázka osobního přístupu k zákazníkovi. Zejména v menších prodejnách v menších obcích komunikaci s prodávacem zákazníci chápou jako jakousi přidanou hodnotu v rámci procesu nakupování,“ doplnil. S tím souhlasí i Roman Mazák. „Pro malé prodejny je to jeden z faktorů, proč sem zákazníci chodí raději než do odosobněných řetězců. Zejména v malých obcích tento model jednoznačně přetrvává,“ uzavřel.

(ed)

Silnoproud? To umíme!

LPE s.r.o. – vzdělávací a organizační agentura zaměřená na oblast silnoproudé elektrotechniky

Pojďte s námi na školení

LI L.P.Elektro®

Pro projektanty, elektrikáře, revizní techniky a další pracovníky v elektrotechnice:

- odborné semináře
- vyhláška 50/1978 Sb.
- příprava revizních techniků EZ
- školení na míru
- odborné publikace
- online školení

Pro firmy působící v elektrotechnice:

- oslovení zákazníků z oboru
- organizace odbor. akcí
- prezentace výrobků
- školení na míru
- inzerce v publikacích
- pronájem školicích prostor

LPE s.r.o. Nad Přehradou 2, 635 00 Brno
775 933 893 / 515 535 900 / objednavky@lpe.cz

www.lpe.cz