

Supermarket: POGLED IZNUTRA

Aktualna poslovna literatura i moderna edukacija uglavnom promiču stajališta poslodavaca i vlasnika trgovačkih lanaca. Nedavni pad svjetskih burzovnih indeksa od Wall Streeta do Crobexa upozorava na nove odnose u profitnim aktivnostima velikih kolekcionara kapitala.



mr. sc. Eduard Osredečki

PROMIDŽBA POSLODAVČEVIH INTERESA

U žrvnju načela "Kupi, Kupi, Kupi/Prodaj, Prodaj, Prodaj" našle su se, posredno, i tisuće malih ljudi, koji su — bez obzira na svoju (ne)važnost u očima poslodavaca, ipak najznačajniji pokretač stvaranja prihoda. No, kako uzvraćaju poslovni čelnici, kojima se njihova radna snaga iz visokih nebodera čini kao skupina mrava na ledini? Oni bez tih "mrava" ne mogu, iako uvijek svjesno ne vode etičnu poslovnu politiku.

ODGOVARA LI UNUTARNJA SLIKA VANJSKOJ FASADI SUPERMARKETA?

Prije nekoliko godina Wal-Mart, mastodontski američki lanac supermarketa, analizirajući svoje neočekivane maloprodajne gubitke, došao je do zaključka da su tome razlog pritužbe mnogih prodavača tretiranih na neprimjeren način. Žalili su se obojeni, žene, osobe na teškim poslovima bez norme radnog vremena, a ovu priču su dodatno poticali mediji informacijama iz samog izvora zbivanja. Ne funkcioniraju li unutarnji odnosi s javnošću i ako je sve apsolutno podređeno profitu, mora prije ili kasnije doći do kolizije, a što se odražava na svijest kupaca, koji spontano rezoniraju: "Ja više u tu trgovinu ne idem bez obzira na povoljnu ponudu." Naime, unutarnje ne-

zadovoljstvo se preslikava na odnos prema kupcima. Uprave mogu zaposliti stotine tajanstvenih prodavača (*mystery buyers*), ali njihovi negativni nalazi i upozorenja sporo mijenjaju stav trome uprave. Ipak su u Wal-Martu panično počeli mijenjati kadrovsku politiku, pratiti učinke, pa su iduće analize pokazale boljitke na ukupnom planu poslovanja.

Nešto slično se događa već duže vrijeme u našim robnim kućama i trgovinama općenito. Pohlepni vlasnici, pod dojmom svoje izuzetnosti i holivudske predodžbe a la "Dinastija" umislili su se u svojoj materijalnoj nedodirljivosti dotle da su zaboravili da proizvođači njihove zarade imaju osnovne ljudske potrebe i zaslužuju približno recipročni tretman.

SLUČAJ GOSPOĐE ZORICE

Gospođa Zorica, usprkos svojoj relativnoj mladosti, teško se nosi s poslom na blagajni velikog trgovačkog centra. Na moje pitanje zašto ne promijeni posao odgovara: "Ovdje barem znam što me čeka, a tamo kod drugih je situacija možda još nepovoljnija". Zato ustaje u cik zore da bi uhvatila rani pretrpani autobus, a zatim nastavlja put uvijek neredovitim tramvajem i još propješači više od kilometra do svojeg odredišta. Niti

ne uđe kroz ulaz za personal, a već osjeća trganje u venama nogu, koje se pojačava do nesnošljivosti dok stoji na blagajni. Ode li na bolovanje, čeka je lošiji posao u negrijanom skladištu, guranje teških kolica i popunjavanje polica robom. Bude li ustrajala na liječenju, može je dočekati premještaj na neku drugu, nepovoljniju lokaciju... "Izdržala bih sve to", kaže oporim glasom Zorica, "kad bi barem ta mizerna plaća bila redovita i primjerena napornom poslu i kad bi primala naknadu za punu satnicu te nedjelje i blagdane. To je najveći problem u mojem zaposlenju!"

Znači, naša sugovornica i tisuće drugih jednostavno su potkradane na bezočan način. Neki novopridošli koji prigovore takvom tretmanu dobivaju uobičajeni odgovor: "Traži si novi posao ako ovdje nisi zadovoljan."

SKRIVANJE LOŠE UNUTARNJE SLIKE OD JAVNOSTI

Do javnosti samo povremeno, prigodom nekog drastičnog slučaja, procuri otužna slika unutarnjeg stanja u razvikanom prodajnom središtu. Uglavnom to biva brzo zaboravljeno, a oštećeni djelatnik se i dalje nosi sa svojim problemom. No, i mediji se nerado igraju zaštitnika obespravljenih, jer velike robne kuće su njihovi stalni oglašivači. Protiv pojedinca koji ustaje protiv sustava ispriječilo se nekoliko velikih zidova kao što su: uprava sa svojom službom za ljudske resurse, marketinška agencija koja promiče institucionalno ime svojega klijenta te poslovi za odnose s javnošću. U

Pohlepni vlasnici, pod dojmom svoje izuzetnosti i holivudske predodžbe a la "Dinastija" umislili su se u svojoj materijalnoj nedodirljivosti dotle da su zaboravili da proizvođači njihove zarade imaju osnovne ljudske potrebe i zaslužuju približno recipročni tretman.

Do javnosti samo povremeno, prigodom nekog drastičnog slučaja, procuri otužna slika unutarnjeg stanja u razvikanom prodajnom središtu. Uglavnom to biva brzo zaboravljeno, a oštećeni djelatnik se i dalje nosi sa svojim problemom.

najgorem slučaju, kad se kriza previše približi interesu i ugledu korporativnog tijela, uprava se na savjet svojih *spin doktora* odlučuje da od svojeg golemog kolača odvoji mrvicu za tzv. humanitarne svrhe, pa daruje siromašnim društvenim subjektima nekoliko kompjutora, bolnici po neki medicinski aparat, ili izmisli stipendiju za darovitu mladež. Naposljetku, sve se svede na subjektivnu analizu koja pozitivno oslikava netaknuti ugled njenog institucionalnog brenda u javnosti.

Dakako, vlasnik "Dinastije" nije socijalni radnik i njega prvenstveno zanima financijski izvještaj na ekranu njegovog računala. Teško je pomiriti ta dva načina razmišljanja. On sebe doživljava kao dušobrižnika, jer bez njegove poslovne sposobnosti mnogi ne imali ni ovakav posao, a o doprinosima da i ne govorimo. Uostalom, to i nije njegova briga, jer iza njega stoje određeni koji skrbe o takvim i sličnim **detaljima**.

KAKO POMIRITI INTERESE VLASNIKA I SUVREMENIH "ROBOVA" U TRGOVINI?

Iako riječ *robovi* zvuči drastično, pritužbe djelatnika otkrivaju mnoge nepravilnosti koje se teško mogu sankcionirati, jer je put tužbe dug i skup i teško se realizira u prilog tužitelja.. Većina autentičnih izjava zorno ilustrira klimu koja vlada u nekim centrima:

"Radio sam tamo skoro 2 mjeseca u skladištu i mogu reći da je firma kao svaka druga... jadničave plaće, svatko mulja kad stigne... uglavnom, apsolutno mi nije žao

što sam dao otkaz.";

"... s jako puno neplaćenih prekovremenih, puno hijerarhije i *mobinga* i testiranja jesi li udana, imaš li djece, što misliš o radu nedjeljom...?"; "Plaća im je katastrofalna, blagajnica 2.100, skladištari 2.400, ... sve ono što obećaju ne ispune. Ne vjerujte i ne nasjedajte kao što sam ja nasjela. Jutarnju još nekako preživim, ali podnevna smjena ostaje najmanje do 22 sata. Ako vam stvarno nije hitno i nemate drugoga izbora, zaposlite se, svi ostali bježite!"

SAVJETI POSLOVNOG SAVJETNIKA ZA VLASNIKE

- Provodite stalnu kontrolu prodajnih mjesta.
- Analizirajte svoje dojmove.
- Proučite pritužbe iz službe ljudskih potencijala.
- Analizirate radnu klimu u "problematičnim" jedinicama.
- Razmotrite prihodovne probleme i odlučite u korist svojih radnika.
- Redefinirajte prihodovne planove.
- Razmotrite ugovore s dobavljačima i potražite nove izvore.
- Uključite službu za odnose s javnošću u analizu prije i poslije obračuna dugovanja zaposlenima (prekovremeni, nedjelje, blagdani itd.).
- S istom službom provjerite ima li pojave zlostavljanja (engl. *mobbinga*).
- Raščlanite sve elemente iz nalaza svojih "tajanstvenih kupca".
- Ugradite ovakav način u poslovnu politiku svoje kompanije.

SAVJETI POSLOVNOG SAVJETNIKA ZA ZAPOSLENE

- Po zaposlenju radnike na novom radnom mjestu diskretno vodite mali "dnevnik" glede radne nazočnosti i obavljenih poslova.
- Kod preuzimanja voditeljskih mjesta, odn. zamjenika, **bezuovjetno** zatražite inventuru u vašoj nazočnosti, te je potpišite uz ugovor o radu.
- Učlanite se u sindikat trgovine i tu pitajte stručnjake za savjet. Njihovi pravnici znaju kako postupati u određenim slučajevima.
- Vodite računa o zastari svojih potraživanja i nastojte se pridružiti kolektivnoj tužbi radi povrata duga.
- Ne dajte se demoralizirati, jer vaš zarađeni novac je samo vaš. Postoji li povoljni izlaz arbitražom, iskoristite ga.

WWW.PLA VIRADIO.HR



SLUŠAJTE RADIO!
LIVE STREAM

KRALJ ETERA!
**PLAVI
RADIO 9**
89,1 & 98,0