

Nummer: 2256
Titel: Handel og logistik
Kort titel: handellogistik
Status: GOD
Godkendelsesperiode: 13-10-2011 og fremefter

Beskrivelse af jobområdet

Definition af jobområdet

Jobområdet handel og logistik kan beskrives som køb og salg af varer og tjenesteydelser fra virksomheder til virksomheder (B2B Business to Business).

B2B-markedet er typisk præget af stort volumen, rationelt begrundede købsbeslutninger, langvarige aftaler og fokus på processammenhænge.

B2B-markedet nævnes oftest i sammenhæng med det andet store marked, B2C-markedet - business-to-consumer markedet. B2C-markedet omfatter salg til private kunder, herunder private husstande. (detailhandel).

Når der skelnes mellem B2C og B2B skyldes det, at de på nogle centrale områder er forskellige. Den grundlæggende forskel kan tilskrives motivet for køb og hermed adfærden der udvises i forbindelse med køb. Dette sætter sine spor i jobindholdet på de to jobområder. Forskelle mellem de to markeder er dog i nogen grad under pres. Det skyldes flere ting. Blandt andet betyder digitaliseringen, fx e-handel, at en række led i den ”normale” værdikæde som beskrives ved producent, grossist, detaillist og forbruger kan springes over (processammenhænge). Med brug af e-handel kan producent eller grossist ud over at sælge til grossist eller detaillist sælge direkte til slutbrugere. Et andet eksempel er, at langvarige aftaler ikke længere er en selvfølgelighed. I takt med globaliseringen kan der ske hurtigere udskiftninger i forretningsforbindelserne. Markedet er større og mulighederne flere. Derfor vil valget af samarbejdspartnere også i højere grad bygge på information, certificeringer og oplysning end tillid og tradition - det er umuligt at opbygge et personligt forhold til alle potentielle leverandører på en global arena. Dermed bliver B2B-markedet på samme måde som B2C-markedet præget af større illoyalitet og et stadigt større behov for information om produkter og producenter.

Selvom der er tendenser, der peget i retningen af, at der bliver flere ligheder på den måde, der ageres på i B2B-markedet og B2C-markedet er der dog stadig grundlæggende forskelle.

På B2B-markedet er købs- og salgsprocessen kendetegnet ved, at være, mere omfattende og kompleks end på konsumentmarkedet (B2C). Nogle af motiverne og årsagerne til differentieringen er bl.a. at virksomheder reagerer mere professionelt og rationelt på eksterne påvirkninger og markedsføring end den private forbruger. Ved B2B påvirker motiver og formål jobindholdet, da de enkelte jobområder i dag skal være værdiskabende for virksomheden. Indkøbet er kendetegnet ved enten at tjene virksomhedens kerneaktivitet, dvs. der indkøbes varer til bearbejdning og/eller med videresalg for øje, eller til at støtte op

omkring virksomhedens drift og udvikling (eksempelvis kontorudstyr/-artikler, it-systemer, rengøring mm.).

Salgsorganisationen står typisk overfor kunder med fokus på konkurrencedygtige priser og kvalitet. Salgsorganisationen skal i høj grad tænke logistik ind i salgsarbejdet, så der skabes værdi og holdes fokus på omkostninger. Her tænkes på kommercielle salgsfolk, typisk suppleret af teknisk salgsbackup samt af medarbejdere med logistiske kompetencer.

B2B-handel omfatter i dag alle tænkelige varegrupper og tjenesteydelser. Virksomheder har deres primære aktiviteter inden for handels- og logistikområdet. Der er indenfor jobområderne flere centrale nøgleområder, hvor områdernes jobfunktioner er koncentreret og disse omfatter salg, service, indkøb og logistik i forbindelse med varestrøm fra leverandør over lagre og videredistribution til kunder. Endvidere tilrettelæggelse og gennemførelse af de administrative opgaver, dokumentbehandling, tilrettelæggelse og optimering af betalingsstrømme til leverandører, fra kunder og internt i virksomhederne (cash flow management) og rutiner som støtter op omkring virksomhedens drift. Og endeligt informationsstyring internt i virksomhed, samt ekstern information til leverandører, kunder og 3. parts leverandører. Opgaverne og funktionerne inden for nøgleområderne kan være meget forskellige, alt afhængig af typen af virksomhed, størrelse, konkurrencemæssige situation, salgets kompleksitet, sortiment osv.

En ny faktor der spiller ind på B2B-handel er E-business. E-business forstås som en integreret tilgang til at tilbyde differentieret forretningsmæssig værdi ved at kombinere de systemer og processer der supporterer kernevirksomhedsdriften. E-business kan omfatte følgende it-systemer: ERP (Enterprise Resource Planning, ressourcestyringssystem), CMS (Content Management System, indholdsstyringssystem), CRM (Customer Relationship Management, kunderelationsstyringssystem), SCM (Supply Chain Management, styring af processer i værdikæden), EDI (Electronic Data Interchange, elektronisk system til udveksling af data mellem virksomheder), BI (Business Intelligence, elektronisk udtræk og behandling af relevant data til analyse) m.fl.

E-business er meget udbredt indenfor handelsvirksomheder og er et område som er i tiltagende fokus. Det tiltagende fokus vil stille flere nye krav til medarbejderne, som fx kunne være et tidssvarende kendskab til it generelt og it-systemer i fremtiden. Faktorerne bevirker at virksomheder i stigende grad har fokus på deres kerneaktiviteter og samarbejde med leverandører og kunder, da konkurrenceevnen bliver mere og mere afgørende.

I takt med at krav til hastighed, effektivitet og leveringsservice øges bliver B2B handelsvirksomhederne i stigende grad stillet overfor store krav til investeringer i fysiske rammer og systemer til at understøtte dette. Tredjeparts logistik (3PL) er karakteriseret ved at få andre virksomheder til at varetage funktioner

for virksomheden. 3PL-løsninger må forventes intensiveret de kommende år, da virksomheder mere og mere koncentrerer sig om deres kerneaktiviteter og specialiserer sig indenfor bestemte områder.

Typiske arbejdspladser inden for jobområdet

Virksomheder indenfor handel og logistik sælger typisk varer til videreforarbejdning (fx råvarer, grovvarer og fødevarer), varer og tjenesteydelser til byggeriet (vvs-artikler, stål, træ, el-artikler, betonelementer, styring af lagre mv. til håndværkere og andre professionelle kunder) og varer og tjenesteydelser til detailhandlen (dagligvarer, udstyr, radio/tv, tøj, konceptløsninger og kampagnemateriale - med andre ord alle produkttyper detailhandlen afsætter direkte eller indirekte på konsumentmarkedet).

Størstedelen af de ansatte inden for handel og logistik er ansatte i små og mellemstore virksomheder med 1-49 ansatte. Inden for denne gruppe er 60 % af de personer, der er ansat inden for området, således beskæftiget. Herefter følger virksomheder med over 100 ansatte, hvor 20 % er beskæftiget, jf. de indberettede oplysninger fra Danmarks Statistik (2010).

På stort set alle arbejdspladser ses der et stigende samspil mellem køber og sælger - indgåelse af langvarige relationer, som blandt andet kommer til udtryk i øget samarbejde og systemintegration i værdikæden. Handelsvirksomhedens fokus er skiftet fra kun at være udbyder af produkter til konkurrencedygtige priser, til også at omfatte rådgivning og support i forbindelse med specialviden om produkterne. Virksomheder undersøger kundernes præferencestrukturer, købsadfærd og systemløsninger i værdikæden. Denne udvikling påvirker alle medarbejdergrupper i virksomheden, uanset jobområde, og flere og flere medarbejdere får direkte kundekontakt og indtager dermed en sælgende rolle i udviklingen og opretholdelsen af kunderelationer.

En anden udviklingstendens er stigende krav om sporbarhed og kvalitetskontrol gennem værdikæden. Samspelet i værdikæden forandres og præges af nye teknologiske muligheder, og det betyder, at diverse registreringer i fremtiden flytter grænserne fra produktivitet og effektivitet op på et højere niveau, der omhandler viden og information om produkterne og produkternes kvalitet, målt på differentierede parametre. Dette forhold styrkes af den stigende globalisering, og grundet konkurrencen er der mere fokus på kvalitet og dokumentation af kvalitetskontrol, hvilket øger konkurrenceparametrene i samhandelen.

Fra og med årsrapporten for 2009 er det blevet lovpligtigt for de 1100 største danske virksomheder at gøre rede for deres arbejde med samfundsansvar eller socialt ansvar, CSR (Corporate Social Responsibility). Mange B2B handelsvirksomheder stiller allerede i dag krav til underleverandører om sociale, etiske og miljømæssige forhold, så de kan efterkomme deres kunders efterspørgsel efter bæredygtige produkter. Pt. har mere end hver anden handelsvirksomhed i dag nedskrevne CSR-politikker eller retningslinjer, og 60 % af handelsvirksomhederne forventer, at deres kunder vil stille flere krav til CSR inden for de næste 3 år, især indenfor områderne miljø og klima. Dette stiller krav til medarbejdernes kompetencer. Dels i forhold til at videreformidle den efterspørgsel handelsvirksomhederne får fra deres kunder på bæredygtige og klimarigtige produkter til producenterne, og dels i forhold til at introducere nye energibesparende produkter og løsninger for deres kunder. Og endeligt i forhold til virksomheden selv ved fx, at agere miljøbevidst og deltage aktivt i realiseringen af virksomhedens CSR-politik.

Medarbejderne på arbejdspladserne inden for jobområdet

Som medarbejder indenfor jobområdet, er man medvirkende som katalysator i den udvikling, som sikrer næsten al økonomisk aktivitet i samfundet. Ud over at virksomhederne sørger for varerne, drejer det sig også i høj grad om rådgivning, logistik og service til erhvervslivet og forbrugere.

Set i lyset af den udvikling erhvervet gennemgår i disse år bl.a. ændret arbejdsfordeling i værdikæden, øget fokus på internationale aktiviteter, brug af ny teknologi og nye services bliver det stadig mere afgørende, at mange medarbejdere af hensyn til opgavevaretagelse i handels- og logistikområdet skal kunne håndtere bl.a. komplekse it-systemer og -løsninger. Ligesom det kan fremhæves, at i takt med at handelsvirksomhederne bliver større, og at globaliseringen i fortsat stigende grad sætter sit præg på disse virksomheder, bliver den enkelte medarbejder mere specialiseret.

Handel og logistik beskæftiger i alt ca. 178.000 personer, hvilket er 6,25 % af den samlede beskæftigelse fordelt på 30.408 virksomheder.

Handel og logistik er en branche med et overtal af mænd (2 ud af 3), og jobbet bestrides af medarbejdere med en højere alder end indenfor eksempelvis detailhandel. Størstedelen af de beskæftigede indenfor handel og logistik er således mellem 30 og 49 år. (over 50 %)

Næsten 2/3 (61 %) af HAKLs målgruppe inden for handel og logistik har en erhvervsuddannelse bag sig, mens 21 % af dem har en lavere uddannelsesbaggrund. Resten (ca. 18 %) har en højere uddannelse, jf. de statistiske oplysninger fra 2010 (Målgruppeanalyse af HAKLs målgrupper indenfor handel og logistik samt detailhandel).

Arbejdsorganisering på arbejdspladserne inden for jobområdet

Handelserhvervet er sammensat af mange forskellige virksomhedstyper, hvorfor det ikke er muligt at give nogen entydig beskrivelse af arbejdsorganiseringen. Der er dog nogle generelle tendenser, der præger jobområderne og arbejdets organisering indenfor handel og logistik.

Specialiseringen kan findes på såvel funktionsniveau som kunder og/eller produktområde. En stigning i kompleksiteten af arbejdsopgaver påvirker arbejdsorganiseringen, og stiller nye krav til medarbejderkompetencer, således at medarbejderne i højere grad end før kan samarbejde på tværs af funktioner om større kundeprojekter og/eller kunde-/leverandørporteføljer. Et forhold der udfordrer medarbejdernes projekt- og samarbejdskompetencer, herunder kommunikative evner mht. fx dialog, diskussion og konfliktkommunikation, forskellige mødeformer og strukturer, teknologibårne virtuelle møderum m.v.

Af andre konsekvenser af erhvervets udvikling kan fremhæves, at flere medarbejdere får direkte kundekontakt, hvorfor krav om kommunikations- og relationskompetencer må stilles til flere medarbejdere, både på nationalt og internationalt plan. I takt med at kunderne stiller større krav om virksomhedstilpassede løsninger, er der en stigende fokusering på, at produkter skal give værdi for kunden og til kundens forretningsområde.

Som en følge af at it er integreret i stort set alle funktioner i handelserhvervet, stilles der også krav om, at den enkelte medarbejder er i stand til at udføre og forstå de administrative opgaver, der knytter sig til de enkelte forretningsopgaver i virksomheden.

Som følge af globaliseringen kan virksomhedsfusioner og stordriftsfordele række langt ud over landegrænserne, og derfor er samarbejde i internationalt perspektiv i absolut højsæde. Især i internationale virksomheder vil kompetencer vedrørende sprog- og kulturforståelse, samt viden om og kendskab til relevante it-systemer bliver vægtet højt. Dog vil sprog- og kulturforståelse generelt, uafhængigt af arbejdsorganiseringen, være en nødvendighed for at kunne begå sig i handelserhvervet såvel nationalt som internationalt.

Beskrivelse af de tilhørende arbejdsmarkedsrelevante kompetencer

Administration af logistik og transport i handelsvirksomheden

Kort beskrivelse af kompetencen og dens anvendelse i jobområdet

Medarbejdere i logistiske funktioner arbejder med planlægning, koordinering og styring af varestrømme. Medarbejderne håndterer administrativt og praktisk det fysiske flow af varer og materialer og det tilhørende flow af informationer i et tæt samarbejde med virksomhedens interne funktioner såsom indkøb, salg og lager samt eksterne aktører, herunder leverandører, virksomheder og kunder.

En række af disse logistiske arbejdsopgaver kan medarbejderen udføre i samarbejde med tredjepart, dvs. en ekstern logistisk virksomhed (3PL). Medarbejdere hos 3PL-aktører har kompetencer inden for et bredt spektrum af logistiske arbejdsopgaver.

I forbindelse med "værdikæden", der i virksomheden beskriver de aktiviteter, der skaber merværdi (ud over de med aktiviteterne forbundne omkostninger) kan medarbejderne i logistiske funktioner arbejde med (kvalitets-)kontrol og dokumentation af afsendte og modtagne varer, herunder egenkontrol og muligheder for sporbarhed (ved hjælp af fx RFID-tags (Radio Frequency Identification - til digital identifikation) af varer som merværdi-skabende faktorer og konkurrenceparametre.

Teknologi og arbejdsorganisering

Medarbejderne anvender et it-system, fx et ERP-system (Enterprise Resource Planning) for optimering af anvendelsen af virksomhedens ressourcer, herunder registrering, styring og beregning af lagerkapacitet/-omkostninger, indkøb, logistik, spedition, distribution m.v.

I forhold til eksterne samarbejdspartnere, herunder kunder og leverandører, kan medarbejdere i logistiske funktioner anvende tværorganisatoriske it-systemer, fx med basis i EDI (Electronic Data Interchange) til udveksling af data mellem virksomheder, herunder adgang til oplysninger om varelistes og lagerbeholdninger samt deling af elektroniske dokumenter så som prislister, ordrer, fakturaer, handelsaftaler m.v., jf. e-business.

Særlige kvalifikationskrav, som er en forudsætning for udførelsen af jobbet, f.eks. certifikatkrav

Ingen.

Kompetencens udbredelse på arbejdspladser i jobområdet

Alle medarbejdere inden for logistik har kendskab til varens vej fra producent/leverandør til kunde/forbruger.

På grund af stadigt stigende krav til effektivisering vælger mange handelsvirksomheder at entrere med tredjepart omkring logistiske løsninger (lagerhotel, mærkning, pakning, distribution) og dermed minimere egne faste omkostninger. Denne tredjeparts logistik (3PL) er efter alt at dømme i stigning, hvorfor virksomhedernes egne krav til administrative kompetencer inden for logistikområdet forventes at falde.

Beskrivelse af de tilhørende arbejdsmarkedsrelevante kompetencer

Handelsvirksomhedens indkøb

Kort beskrivelse af kompetencen og dens anvendelse i jobområdet

I forbindelse med handelsvirksomhedens indkøb, varetager medarbejderne kontakt til eksisterende leverandører, screener markedet for nye leverandører og forhandler priser og betingelser med leverandører. Et stigende antal virksomheder er optaget af CSR (Corporate Social Responsibility), som en parameter for deres indkøb.

Indkøbsmedarbejderne indsamler viden om produkter og planlægger selve indkøbets afvikling og gennemfører indkøb. I forbindelse hermed anvender medarbejderne elektroniske kommunikations- og transaktionsløsninger (i særdeleshed ERP-systemer). Medarbejderne kender og benytter forskellige betalingspraksisser og -former.

Medarbejderne anvender EDI (Electronic Data Interchange) i samarbejdet med både leverandører og kunder (detaillister) for at sikre en smidig (gen-)bestilling af varer. Derudover samarbejdes der med salg og marketing med hensyn til udvikling og vedligeholdelse af sortimentssammensætningen/produktporteføljen.

Medarbejderne varetager opfølgning af budgetter og nøgletal pr. varegruppe og på den enkelte leverandør. Herunder arbejder indkøbsmedarbejderne i samarbejde med salg og marketing med VMI (Vendor Managed Inventory, leverandørstyret lager), herunder overvågning og tilbagemelding til detailbutikkerne om omsætning, indtjening, svind mv. Medarbejderne følger udviklingen hos den enkelte detaillist og udarbejder benchmarking-materiale (på baggrund af oplysninger fra eksempelvis Business Intelligence Systemer). Alle medarbejdere i indkøbsfunktionen skal have varekendskab og viden om produktgrupper.

Grundet en større kundefokusering i denne branche vil medarbejderne i indkøbsfunktionen også forventes i stigende grad at have øget fokus på kundens behov for service og ydelser, der rækker udover den traditionelle indkøbsfunktion.

Teknologi og arbejdsorganisering

Medarbejderne arbejder i et ERP-system (Enterprise Resource Planning), dvs. et it-system, der bygger på økonomistyring af virksomhedens transaktioner men desuden rummer mulighed for at administrere andre ressourcer og aktiviteter, fx virksomhedens indkøb, ordrer, lager, kunder m.v.

De mange elementer i ERP-systemerne stiller større krav til medarbejdernes viden og fleksibilitet og er med til at nedbryde skellene mellem arbejdsområder i virksomhederne.

Handelsvirksomheder har på mange områder ageret spydspids i anvendelsen af E-business, og indkøbene foregår ofte via e-baseret handel, hvorfor medarbejderne har et bredt kendskab til brugen af indkøbsadministrationens anvendelse af informationsteknologi, fx anvendelse af ERP, NemHandel, mv.

De mange it-systemer til styring af virksomhedens ressourcer stiller i stadig højere grad krav til medarbejderne mht. forretningsforståelse og evne til at aflæse købssignaler - også når dette skal foregå i elektroniske fora.

Særlige kvalifikationskrav, som er en forudsætning for udførelsen af jobbet, f.eks. certifikatkrav

Ingen.

Kompetencens udbredelse på arbejdspladser i jobområdet

Alle medarbejdere i indkøbsfunktioner har indgående kendskab til virksomhedens værdikæde; herunder den fysiske varestrøm, administrative strøm og pengestrøm samt kendskab til virksomhedens forsyningskæde og har viden om SCM (Supply Chain Management).

Beskrivelse af de tilhørende arbejdsmarkedsrelevante kompetencer

Markedsføring og kommunikation i handelserhvervet

Kort beskrivelse af kompetencen og dens anvendelse i jobområdet

I forhold til det taktiske markedsføringsarbejde kan medarbejderne arbejde med BI (Business Intelligence) og har viden om CSR (Corporate Social Responsibility) og kan på basis heraf analysere og vurdere virksomhedens samarbejdsrelationer og kan videreformidle dette til ledelsen og hermed bidrage med valg af fx leverandører og samarbejdspartnere.

Medarbejderne har viden om storytelling og kan inddrage dette i både virksomhedens markedsføring og kommunikation on- og offline.

Ligeledes kan medarbejderne håndtere såvel digitale som analoge informations- og kommunikationsredskaber i relation til forberedelse og afholdelse af kundearrangementer, produktpræsentationer, salgsfremmende kampagner, mv.

Mange handelsvirksomheder er dele af store internationale koncerner, andre har i større eller mindre omfang deres handelsaktiviteter med udenlandske virksomheder. Det stiller store krav til medarbejdernes (fremmed-)sproglige og kulturelle forståelse. Hovedparten af medarbejderne i handelserhvervet begår sig fagligt på et eller flere af hovedsprogene, og nogle medarbejdere begår sig på sprog fra virksomhedernes nicheområder.

Teknologi og arbejdsorganisering

På det operationelle niveau anvender medarbejderne CRM (Customer Relationship Management) i forhold til at gennemføre målrettede salgsfremmende kampagner. I relation til online markedsførings-, kommunikations- og salgsopgaver kan medarbejderne anvende bl.a. CMS (Content Management System) til fx udvikling og vedligehold af websites og kan arbejde med E-handel, SMM (Social Media Marketing, marketing via sociale medier) mm.

Særlige kvalifikationskrav, som er en forudsætning for udførelsen af jobbet, f.eks. certifikatkrav

Ingen.

Kompetencens udbredelse på arbejdspladser i jobområdet

Hovedparten af medarbejderne deltager i virksomhedernes markedsføringsaktiviteter, og kommunikerer på et eller flere fremmedsprog i deres daglige arbejde.

Beskrivelse af de tilhørende arbejdsmarkedsrelevante kompetencer

Salg og kundeservice i handelserhvervet

Kort beskrivelse af kompetencen og dens anvendelse i jobområdet

Medarbejderne varetager alle facetter af en handelsvirksomheds salgs- og kundeserviceopgaver. Der er i handelsvirksomhederne et øget fokus på kundeorientering og derfor arbejdes der ofte med Key Account Management i forhold til virksomhedens kundeportefølje. Key Account Management er en strategisk planlægningstilgang, der går ud over traditionel salgstankegang og har fokus på at takle kundernes behov og involverer både købers og sælgers virksomhed.

For at holde fokus på kundeorienteringen anvender medarbejderne CRM (Customer Relationship Management).

Medarbejderne kan på grundlag af jobfunktioner opdeles i to kategorier: interne og eksterne sælgere. Interne sælgere udfører opgaverne i virksomheden og salget foregår oftest telefonisk og elektronisk. Opgaverne omfatter både salg samt service- og kommunikationsopgaver indenfor afslutning og opfølgning på virksomhedens kundeservice. Eksterne sælgere udfører opgaverne i det opsøgende arbejde, oftest via telefon og fysisk fremmøde og disse medarbejdere mestrer forhandlings- og præsentationsteknik.

For handelsvirksomheder hvis kunder er detaillister kan der arbejdes med VMI (Vendor Managed Inventory), hvor de eksterne sælgere fysisk håndterer salgsopgaverne. Der er blandt andet tale om at handelsvirksomhedens medarbejdere står for opstilling af reklamepladser, opfyldning og bestilling af varer i detaillistens butik

Begge grupper af sælgere har indgående viden om produktgrupper og varekendskab, og kan planlægge og gennemføre salg, samt efterfølgende ordre- og aftalebehandling. Medarbejderne udfører deres arbejdsopgaver inden for rammerne af virksomhedens servicekoncepter, og håndterer reklamationer/garantisager.

Der stilles store krav til salgs- og servicemedarbejdernes kompetencer til at sætte sig ind i nye systemer (herunder CRM (Customer Relationship Management), CMS (Content Management Systems), mv.) samt at udvikle, dokumentere og kvalitetssikre anvendelsen af disse systemer.

Medarbejderne skal også have en økonomisk forståelse for at kunne vurdere om virksomhedens ressourcer anvendes optimalt. Derfor skal medarbejderne have overblik over virksomhedens værdikæde -

i relation til alle 3 varestrømme (varestrøm, pengestrøm og administrativ strøm) samt generel forretningsforståelse.

Teknologi og arbejdsorganisering

I salgsarbejdet anvendes CRM (Customer Relationship Management) til håndtering af virksomhedens kunder og medarbejderne kan bl.a. forberede og efterbehandle kundekontakter samt gennemføre analyser af salgs- og økonomiske data, med henblik på at optimere salgsprocessen.

Særlige kvalifikationskrav, som er en forudsætning for udførelsen af jobbet, f.eks. certifikatkrav

Ingen.

Kompetencens udbredelse på arbejdspladser i jobområdet

Store dele af de ansatte i erhvervet er beskæftiget med salg og kundeservice, hvilket indtager en central rolle i virksomhederne, hvorfor det er vigtigt, at medarbejderne indgår i tæt samarbejde med erhvervets øvrige medarbejdere.

Beskrivelse af de tilhørende arbejdsmarkedsrelevante kompetencer

Økonomi- og betalingsstyring i handelserhvervet

Kort beskrivelse af kompetencen og dens anvendelse i jobområdet

Medarbejderne udfører funktioner inden for en handelsvirksomheds økonomi- og regnskabsstyring og medvirker ved budgetlægning.

I kompetencerne indgår styring af virksomhedens økonomiske transaktioner, kalkulation af priser samt planlægning og styring af betalingsstrømme (Cash flow management). Den økonomiske kompetence omfatter også anvendelsen af økonomi- og/eller ERP-systemer (Enterprise Resource Planning).

Medarbejderne har en generel forståelse af sammenhængen med virksomhedens drift og udvikling, og udfører virksomhedens økonomi- og regnskabsopgaver med udgangspunkt heri. Medarbejderne kender og benytter forskellige betalingspraksiser og -former.

Teknologi og arbejdsorganisering

Medarbejderne anvender it-systemer til økonomistyring, fx traditionelle økonomistyringssystemer med fokus på finans, debitor og kreditor, dvs. styring af hovedsageligt økonomiske transaktioner - eller egentlige ERP-systemer (Enterprise Resource Planning), der på basis af en række integrerede it-moduler tilbyder totalløsninger inden for fx økonomistyring, indkøb, lagerstyring, marketing, ordrer, salg, logistik, distribution og personale, dvs. en lang række sammenhængende aktiviteter og ressourcer, der hver især skaber værdi for produktet eller kunden.

Medarbejderne anvender elektroniske kommunikations- og transaktionsløsninger i forbindelse med online salg og håndterer betalingsdata for genbestilling af varer og bogføring af køb og salg elektronisk. Gruppen af medarbejdere, der arbejder med økonomistyring i en handelsvirksomhed kan desuden medvirke ved beregning af generelle økonomiske nøgletal, der udtrykker handelsvirksomhedens rentabilitet.

I forbindelse med pengeoverførsler anvendes i stigende grad elektronisk fakturering, e-fakturering (fx NemHandel), og en række kunder, herunder offentlige myndigheder, overfører udelukkende penge via e-fakturaer.

De mange elementer i ERP-systemerne stiller større krav til medarbejdernes viden og fleksibilitet og er med til at nedbryde skellene mellem arbejdsområder i virksomhederne. For at kunne vurdere om en virksomheds ressourcer anvendes optimalt skal medarbejderne have større overblik og forståelse for sammenhænge og ressourceoptimering, dvs. forretningsforståelse.

Særlige kvalifikationskrav, som er en forudsætning for udførelsen af jobbet, f.eks. certifikatkrav

Ingen.

Kompetencens udbredelse på arbejdspladser i jobområdet

Medarbejdere i handelserhvervet skal have en bred forretningsforståelse for at håndtere virksomhedens økonomi- og betalingsstyring, og de skal besidde brede it-kompetencer inden for stadig mere komplekse (ERP-)systemer (Enterprise Resource Planning) for at bestride deres job.

Aktuelt tilkoblede mål

Niveau kan angives ved enkeltfag.

| Nummer, niveau og titel | EUU | Varighed i dage | Tilknyttet i perioden | |
|-------------------------|--|--------------------|-----------------------|---------------------------|
| 40003 | Salgsteknik for salgs- og servicemedarbejdere | AD | 2,0 | 14-10-2011 og fremefter |
| 40041 | Den personlige uddannelses- og jobplan | AA | 2,0 | 09-09-2014 og fremefter |
| 40137 | Fagunderstøttende dansk som andetsprog for F/I | AP | 10,0 | 14-10-2011 og fremefter |
| 40390 | Psykisk arbejdsmiljø i faglærte og ufaglærte job | AD | 2,0 | 01-07-2013 til 30-09-2015 |
| 40391 | Arbejdsmiljø inden for faglærte og ufaglærte job | AD | 2,0 | 01-07-2013 til 30-09-2015 |
| 40392 | Ergonomi inden for faglærte og ufaglærte job | AD | 2,0 | 01-07-2013 og fremefter |
| 40431 | Udvidet værdistrømsanalyse i B2B-handel | AD | 3,0 | 24-04-2014 og fremefter |
| 40503 | Praktikvejlederens kommunikation med elev/lærling | AD | 2,0 | 14-10-2011 og fremefter |
| 40532 | Introduktion til arbejdsmarkedsuddannelserne (F/I) | AP | 3,0 | 01-07-2013 og fremefter |
| 40533 | Introduktion til et brancheområde (F/I) | AP | 40,0 | 01-07-2013 og fremefter |
| 40534 | Arbejdsmarked, it og jobsøgning (F/I) | AP | 40,0 | 01-07-2013 og fremefter |
| 40535 | Introduktion til det danske arbejdsmarked (F/I) | AP | 3,0 | 01-07-2013 og fremefter |
| 40976 | Logistikopgaver ved internationalt samarbejde | AD | 2,0 | 24-04-2014 og fremefter |
| 40995 | Nye kunder via viral markedsføring | AD | 2,0 | 14-10-2011 og fremefter |
| 43343 | Praktik for F/I | AP | 48,0 | 14-10-2011 og fremefter |
| 44978 | Jobrelateret fremmedsprog med nuanceret ordforråd | AD | 5,0 | 01-07-2013 og fremefter |
| 44979 | Jobrelateret fremmedsprog med basalt ordforråd | AD | 5,0 | 01-07-2013 og fremefter |
| 45215 | Grundlæggende faglig regning | AP | 2,0 | 09-01-2015 og fremefter |
| 45347 | Grundlæggende faglig matematik | AP | 3,0 | 09-01-2015 og fremefter |
| 45511 | Faglig læsning | AP | 2,0 | 09-01-2015 og fremefter |
| 45536 | Faglig skrivning | AP | 3,0 | 09-01-2015 og fremefter |
| 45545 | Dansk som andetsprog for F/I, basis | AP | 40,0 | 09-01-2015 og fremefter |
| 45567 | Dansk som andetsprog for F/I, alment niveau | AP | 40,0 | 09-01-2015 og fremefter |
| 45569 | Dansk som andetsprog for F/I, udvidet niveau | AP | 40,0 | 09-01-2015 og fremefter |
| 45571 | Fagunderstøttende dansk som andetsprog for F/I | AP | 10,0 | 09-01-2015 og fremefter |
| 45572 | Dansk som andetsprog for F/I, basis | AP | 40,0 | 14-10-2011 og fremefter |
| 45573 | Dansk som andetsprog for F/I, alment niveau | AP | 40,0 | 14-10-2011 og fremefter |
| 45574 | Dansk som andetsprog for F/I, udvidet niveau | AP | 40,0 | 14-10-2011 og fremefter |
| 45917 | Praktikvejledning af eud-elever/lærlinge | AF | 1,0 | 14-10-2011 og fremefter |
| 45952 | Udvikling af e-koncepter og produktdifferentiering | AD | 2,0 | 14-10-2011 og fremefter |
| 45953 | E-markedsføring og reklameindsats | AD | 2,0 | 14-10-2011 og fremefter |
| 45955 | E-administration og betalingssystemer | AD | 2,0 | 13-10-2011 og fremefter |
| 45969 | Daglig registrering i et økonomistyringsprogram | AD | 2,0 | 14-10-2011 og fremefter |
| 46667 | Anvendelse af toldregler ifm. international handel | AD | 2,0 | 13-10-2011 til 30-09-2015 |
| 46685 | Rådgiverrollen indenfor B2B-handel | AD | 2,0 | 24-04-2014 og fremefter |
| 47184 | Administrativ drift af varelager | AD | 2,0 | 04-09-2012 og fremefter |
| 47185 | Anvendelse af EDI i handelsvirksomheden | AD | 2,0 | 04-09-2012 og fremefter |
| 47186 | Effektivt indkøb i handelsvirksomheden | AD | 2,0 | 24-09-2012 og fremefter |
| 47187 | Logistik målopfølgning | AD | 1,0 | 04-09-2012 og fremefter |
| 47188 | Logistikplanlægning | AD | 2,0 | 04-09-2012 og fremefter |
| 47189 | Online kundeservice og -rådgivning | AD | 2,0 | 04-09-2012 og fremefter |
| 47190 | Opsøgende salgsarbejde på B2B markedet | AD | 2,0 | 04-09-2012 og fremefter |
| 47191 | Optimering af intern logistik og service | AD | 2,0 | 24-09-2012 og fremefter |
| 47192 | Optimering af lagerindretning | AD | 2,0 | 24-09-2012 og fremefter |
| 47193 | Produkt- og kundevejledning i handelsvirksomheden | AD | 2,0 | 04-09-2012 og fremefter |
| 47194 | Styring af logistikopgaver med 3. part | AD | 2,0 | 04-09-2012 og fremefter |
| 47196 | Økonomisk styring i handelsvirksomheden | AD | 2,0 | 04-09-2012 og fremefter |
| 47197 | Konceptanvendelse i handelsvirksomheden | AD | 2,0 | 04-09-2012 og fremefter |
| 47668 | Grundlæggende faglig regning | AP | 2,0 | 01-07-2013 og fremefter |
| 47669 | Grundlæggende faglig matematik | AP | 3,0 | 01-07-2013 og fremefter |
| 47670 | Faglig læsning | AP | 2,0 | 01-07-2013 og fremefter |
| 47671 | Faglig skrivning | AP | 3,0 | 01-07-2013 og fremefter |

| Nummer, niveau og titel | | EUU | Varighed i dage | Tilknyttet i perioden |
|--------------------------------|---|------------|----------------------------|------------------------------|
| 48012 | Instruktører og elever i praktikcentret | AP | 2,0 | 11-12-2014 og fremefter |
| 48013 | Mål og læring i praktikcentret | AP | 2,0 | 11-12-2014 og fremefter |
| 48049 | Arbejds miljø 1 i faglærte og ufaglærte job | AD | 2,0 | 20-04-2015 og fremefter |
| 48050 | Arbejds miljø 2 i faglærte og ufaglærte job | AD | 2,0 | 20-04-2015 og fremefter |