



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

# Nákupní marketing 2. Tutoriál





# **Principy přesvědčování a volba dodavatele**

# Principy přesvědčování

- Princip automaticity
  - Noha ve dveřích
  - Nízký míč
  - To není vše
  - I koruna pomůže
- Princip vzácnosti
- Princip reciprocity



# Principy automaticity

- Princip je postaven na tom, že řadu našich rozhodnutí děláme automaticky.
- Lidé stráví velkou část času během dne v automatickém režimu.
- Daniel [Kahneman](#) tomu říká systém 1
  - Je rychlý, efektivní a šetří energii mozku
  - Dělá chyby



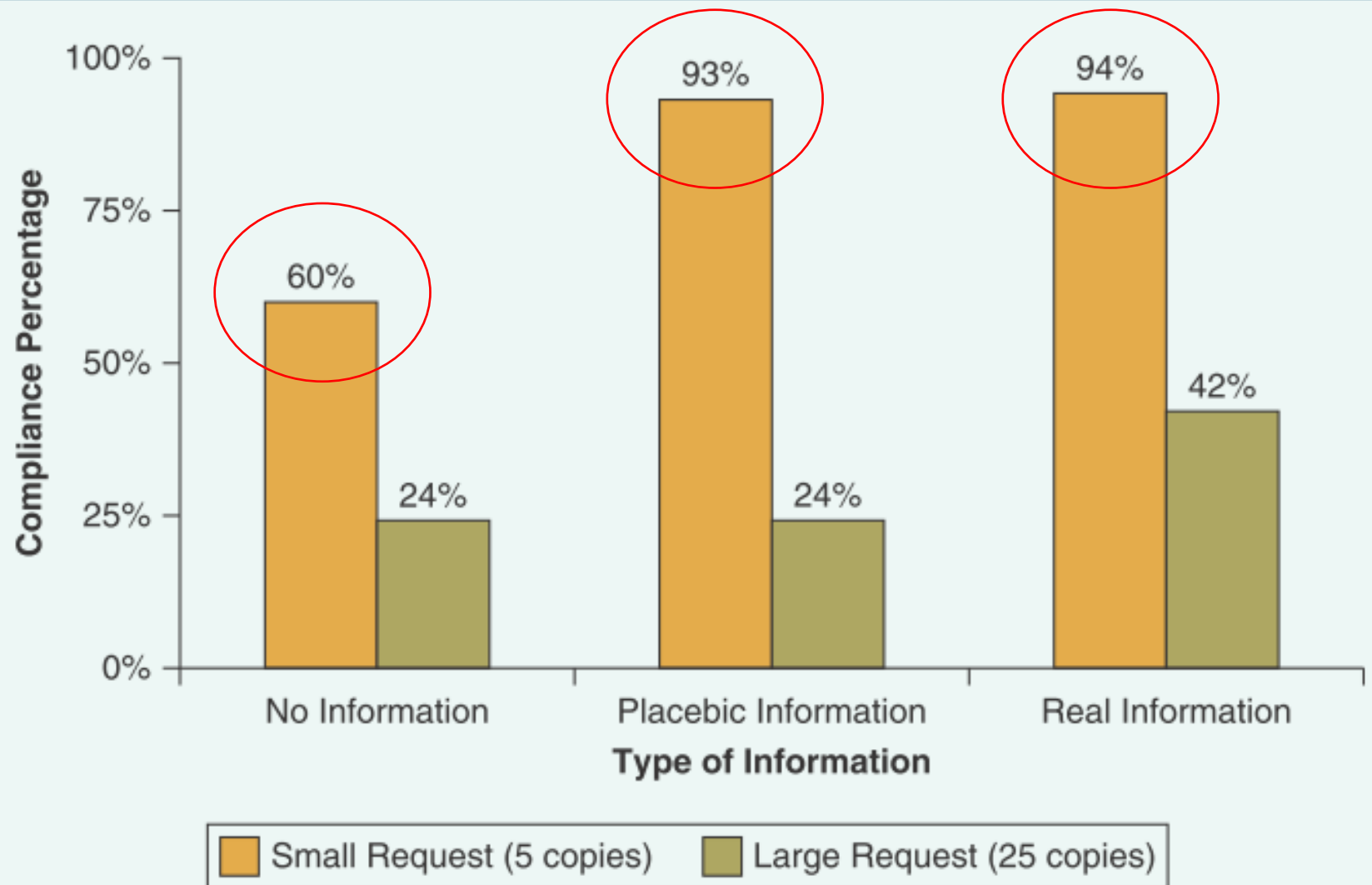
# Principy automaticity

- Klasický experiment

- Student je v knihovně těsně před použitím kopírky požádán figurantem o laskavost. Volba formulace otázky figuranta determinuje jak úspěšný je ve svém požadavku. Ze tří variant je nejúspěšnější ta, ve které je uvedeno slovo „protože“ (94% a 93%). Co je ale z hlediska automaticity zajímavé je, že v případě, kdy byl použitý zcela nerelevantní argument (protože potřebuji kopírovat) se míra souhlasu zmenšila jen nepatrně.
- Pardon, potřebuji okopírovat 5 stránek, můžu tě předběhnout? (60% souhlas)
- Pardon, potřebuji okopírovat 5 stránek, můžu tě předběhnout, protože spěchám? (94% souhlas)
- Pardon, potřebuji okopírovat 5 stránek, můžu tě předběhnout, protože potřebuji kopírovat? (93% souhlas)



**FIGURE 13.1** MINDLESS COMPLIANCE EXPERIMENT

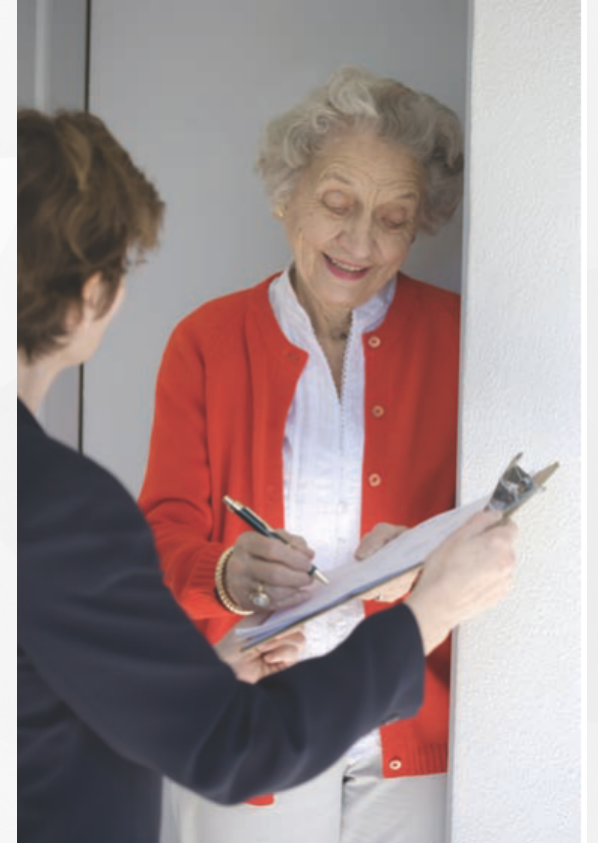


**SOURCE:** Adapted from Langer, E.J., Blank, A., and Chanowitz, B. (1978). The Mindlessness of Ostensibly Thoughtful Action: The Role of 'Placebic' Information in Interpersonal Interaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 36:635-642.



# Technika nohy ve dveřích

- Po malém požadavku následuje velký požadavek.
- Známe z telemarketingu
  - Telefonát se má týkat účasti ve výzkumu ale nakonec se z něj vyklube prodejní technika
  - Pokud bychom dostali informaci o tom, že se jedná o nabídku, pravděpodobně bychom nepokračovali v hovoru.
  - Jakmile už jsme ale poskytli svůj čas, je větší šance, že si nabídku nejen vyslechneme.



# Technika nohy ve dveřích

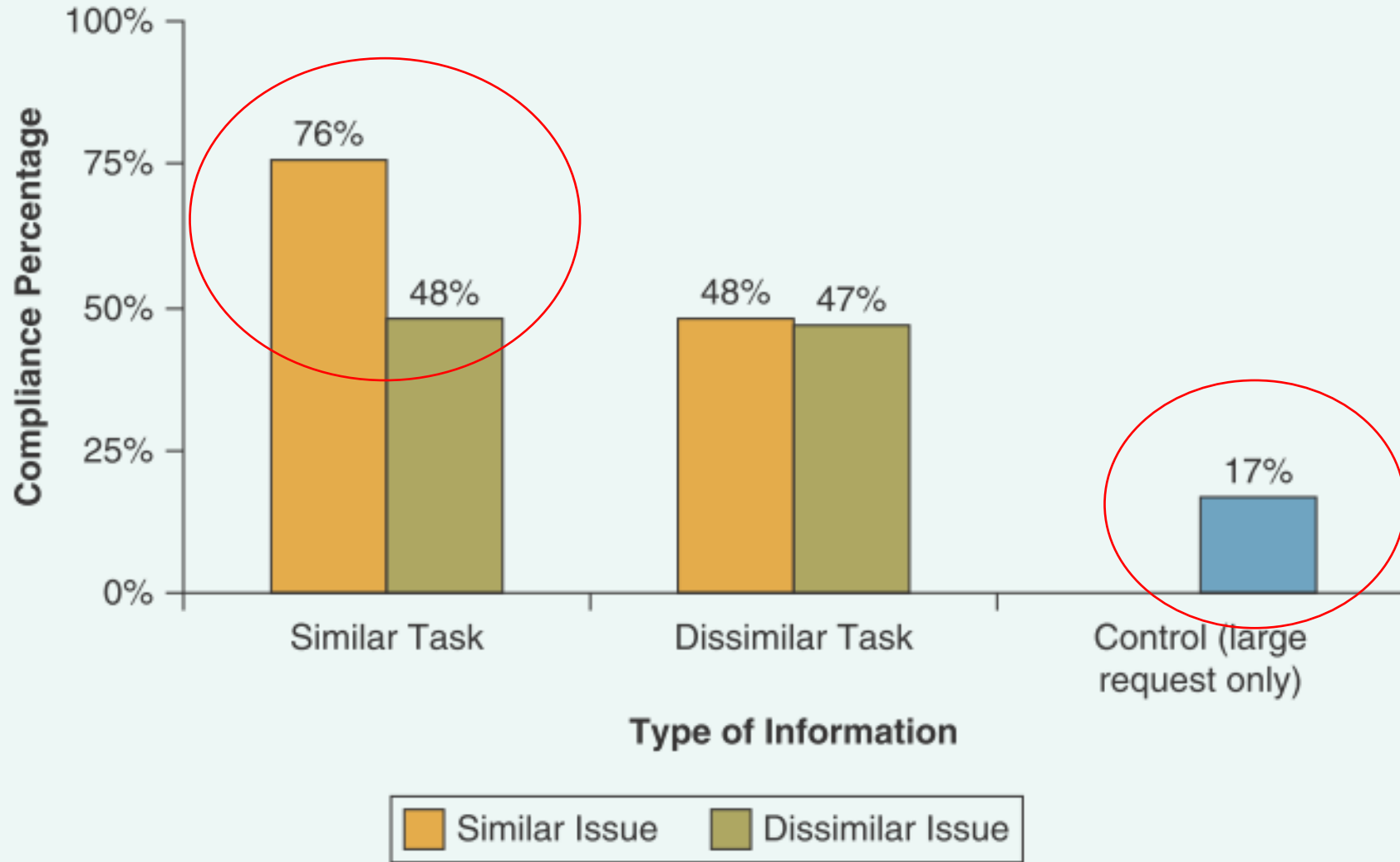
- **Klasický experiment**

- V Kalifornii se vědci snažili podomním „prodejem“ přesvědčit lidi, aby si před dům nechali vystavit velkou ošklivou ceduli „Jezděte opatrně“.
- Pouze 17% lidí souhlasilo.
- Když změnili způsob a poprosili nejprve o umístění malé cedulky „Buď dobrým řidičem“ a poté se zeptali na větší, souhlasilo 76%!
- V další variantě scénáře experimentu místo malé cedule požádali o podpis petice. Zde pak s umístěním velké cedule souhlasilo jen 48%. Automaticky tak souhlasíme s větším závazkem, který následuje po menším ale ve větší míře jen pokud se jedná o závazek z podobné oblasti (malá cedulka -> velká cedulka) než z jiné oblasti (petice -> velká cedulka)





**FIGURE 13.2** FOOT-IN-THE-DOOR TECHNIQUE



**SOURCE:** Freedman, J., and Fraser, S. (1966). Compliance without Pressure: The Foot-in-the-door Technique. *Journal of Personality and Social Psychology*, 4:195–202.



# Technika nízkého míče

- Využívané při prodeji automobilů.
- Nejdříve je nabídnuta atraktivní verze nabídky auta.
- Zákazník je nadšený a začnou se vyplňovat papíry.
- Zákazník již souhlasil s nákupem, mentálně již vlastní produkt a má k němu již vztah.
- V průběhu ale vyjde najevo, že původní nabídku není možné realizovat.
- Zákazník ale již produkt chce. Udělal rozhodnutí a mentálně se stal vlastníkem.



# Technika nízkého míče

- **Klasický experiment**

- Studenti byli požádáni o účast na experimentu.
- Řada z nich souhlasila, jelikož experimenty bývají pro studenty zábava a navíc mohou něco málo vydělat.
- Poté jim byla poskytnuta doplňující informace, že se experiment koná v sobotu v 7:00. 56% přišlo.
- Pokud se studentů ptali rovnou, zda přijdou v sobotu na 7:00 na experiment přišlo pouze 24% oslovených.



# Technika nohy ve dveřích a nízkého míče

- Jedná se o techniky založené na teorii závazku.
- Lidé neradi mění svá rozhodnutí.
- Způsobuje jim to nepříjemný pocit.
- Ten vychází z vnitřní disonance (nesouladu).
- Udrží si tedy slíbený závazek i když se původní dohoda změnila.
- Studentský experiment a nabídka ošklivého poutače na zahradě jsou toho důkazem.



# Technika „to není vše“

- Původní nabídka je postupně vylepšována.
- Finální verze nabídky tak vypadá v porovnání s původní verzí skvěle.
- Zákazník pak neporovnává nabídku v kontextu konkuečních nabídek.



# Technika „to není vše“

- **Klasický experiment**

- První skupině byl nabídnutý dortík za 75 centů.
- Než stihli účastníci experimentu reagovat, byly jim nabídnuty zdarma dvě sušenky.
  - **Nabídku přijalo 73% studentů**
- Druhé skupině pak byl nabídnut dortík a dvě sušenky za 75 centů.
  - **Nabídku akceptovalo jen 40% studentů.**



# Technika i koruna pomůže

- Velmi úspěšná technika při fundraisingu
- V experimentu se skupina žadatelů prezentovala klasickým heslem: „Přispěli byste prosím na charitu?“
- V tomto případě byla úspěšnost (souhlas) pouze 28%.
- Dodáním informace o tom, že „i koruna pomůže“ se zvýšil souhlas s poskytnutím daru na 50%.



# Princip reciprocity

- Když vám někdo udělá službu, máte pocit povinnosti mu ji oplatit.
- Často ale oplácíme mnohem větší službou, než nám byla chytře poskytnuta.
- Charita rozdává malé dárky a lidé poté mají pocit, že by se měli rozhodnout něco darovat.
- Univerzity posílají absolventům drobné dárky (nálepky, magnetky na lednici atd.) a poté žádají o sponzorský dar.





# Princip vzácnosti

- Určitě známe z ekonomie
- V obchodním jednání se využívá:
  - Poslední na skladě
  - Limitovaná edice
  - Brzy končí výprodeje
  - Limitovaná nabídka

**Nejvzácnější československou známku vydražil sběratel za téměř osm milionů. Za první republiky stála čtyři koruny**





# Volba dodavatele



# Volba dodavatele

Stále užší spolupráce partnerů v  
dodavatelských řetězcích vyžaduje  
kvalitní výběr dodavatelů.



# Volba dodavatele

1. Specifikace požadavků na výkon dodavatelů.
2. Zabezpečení úplných a přesných informací o schopnostech dodavatelů.
3. Výběr zásobovací základny.



# 1. Specifikace požadavků na výkon dodavatelů

- Zaměřeno na pečlivou identifikaci současných a budoucích potřeb.
- Tento krok považují autoři za základ úspěšného návrhu dodavatelské sítě.
- Specifikace by měla obsahovat požadavky na kvalitu, logistické požadavky, dodací termín, množství, požadavky na inženýrské služby.



## 2. Zabezpečení úplných a přesných informací o schopnostech dodavatelů

- O termínech vyřízení objednávek a referencí o jejich dosavadních výkonech:
  - zda jsou schopni trvale dodržovat kvalitu výrobků,
  - zda poskytují inženýrské služby na požadované úrovni,
  - zda jsou schopni se podílet na vývoji výrobků firmy.
- Součástí tohoto kroku je i vyjednávání o ceně a získání informací o struktuře nákladů dodavatele.



### 3. Výběr zásobovací základny

- Kde je třeba rozhodnout o počtu dodavatelů a vytvořit s nimi dlouhodobé vazby.
- Při výběru nových dodavatelů se klade důraz na analýzu rizik spojených s novými dodavateli.



Krok	Cíl	Specifika	Vstupní informace
1	stanovení potřeb organizace	<ul style="list-style-type: none"> <li>- krytí různých potřeb (výrobní, nevýrobní potřeba)</li> <li>- požadavky mnoha útvarů</li> <li>- pestrá paleta výrobků, služeb</li> <li>- odlišné časové rozložení potřeb</li> <li>- časová náročnost kroku</li> </ul>	objednávky, předpovědi poptávky, stav zásob, plán zásobování
2	identifikace výrobků a služeb vhodných pro krytí potřeb	<ul style="list-style-type: none"> <li>- co nejširší výběrová základna</li> <li>- specifikace základních požadavků na kvalitu výrobků, služeb</li> <li>- odhad nákladnosti nákupu</li> </ul>	nabídky prodejců, odborný tisk, internetové tržnice, výstavy, veletrhy, nabídky poštou
	identifikace dodavatelů výrobků a služeb	<ul style="list-style-type: none"> <li>- identifikace možných dodavatelů jednotlivých položek</li> </ul>	
3	detailní specifikace potřeb a první výběr dodavatelů	<ul style="list-style-type: none"> <li>- přesné určení požadavků na nakupované výrobky a služby</li> <li>- první redukce dodavatelů podle vybraných kritérií</li> </ul>	interní požadavky útvarů firmy na výrobky a služby, požadavky zákazníků
4	oslovení reálných dodavatelů	<ul style="list-style-type: none"> <li>- formulace požadavků, kritérií na výrobky a služby pro výběrové řízení</li> <li>- výzva k účasti na výběrovém řízení</li> </ul>	
5	výběr dodavatelů	<ul style="list-style-type: none"> <li>- vícekritériální rozhodování,</li> <li>- ověření hodnot kritérií</li> </ul>	nabídky dodavatelů
6	uzavření smlouvy	<ul style="list-style-type: none"> <li>- specifikace dodacích podmínek</li> <li>- reklamační řízení</li> <li>- podmínky kontroly jakosti..</li> </ul>	obchodní zákoník, interní předpisy
7	realizace nákupu	<ul style="list-style-type: none"> <li>- systém přenosu objednávek</li> <li>- velikost dodávek, balení</li> <li>- řízení zásob</li> </ul>	-
8	hodnocení dodavatelů	<ul style="list-style-type: none"> <li>- trvalé hodnocení dodavatelů</li> </ul>	objednávky, dodací listy, vstupní kontrola





# Struktura nákupního procesu

Krok	Cíl	Specifika	Vstupní informace
1	stanovení potřeb organizace	<ul style="list-style-type: none"> <li>- krytí různých potřeb (výrobní, nevýrobní potřeba)</li> <li>- požadavky mnoha útvarů</li> <li>- pestrá paleta výrobků, služeb</li> <li>- odlišné časové rozložení potřeb</li> <li>- časová náročnost kroku</li> </ul>	objednávky, předpovědi poptávky, stav zásob, plán zásobování
2	identifikace výrobků a služeb vhodných pro krytí potřeb	<ul style="list-style-type: none"> <li>- co nejširší výběrová základna</li> <li>- specifikace základních požadavků na kvalitu výrobků, služeb</li> <li>- odhad nákladnosti nákupu</li> </ul>	nabídky prodejců, odborný tisk, internetové tržnice, výstavy, veletrhy, nabídky poštou
	identifikace dodavatelů výrobků a služeb	<ul style="list-style-type: none"> <li>- identifikace možných dodavatelů jednotlivých položek</li> </ul>	
	detailní specifikace	<ul style="list-style-type: none"> <li>- přesné určení požadavků na na-</li> </ul>	

	u výrobků a služeb	Jednotlivých položek	
3	detailní specifikace potřeb a první výběr dodavatelů	<ul style="list-style-type: none"> <li>- přesné určení požadavků na nakupované výrobky a služby</li> <li>- první redukce dodavatelů podle vybraných kritérií</li> </ul>	interní požadavky útvarů firmy na výrobky a služby, požadavky zákazníků
4	oslovení reálných dodavatelů	<ul style="list-style-type: none"> <li>- formulace požadavků, kritérií na výrobky a služby pro výběrové řízení</li> <li>- výzva k účasti na výběrovém řízení</li> </ul>	
5	výběr dodavatelů	<ul style="list-style-type: none"> <li>- vícekritériální rozhodování,</li> <li>- ověření hodnot kritérií</li> </ul>	nabídky dodavatelů
6	uzavření smlouvy	<ul style="list-style-type: none"> <li>- specifikace dodacích podmínek</li> <li>- reklamační řízení</li> <li>- podmínky kontroly jakosti..</li> </ul>	obchodní zákoník, interní předpisy
7	realizace nákupu	<ul style="list-style-type: none"> <li>- systém přenosu objednávek</li> <li>- velikost dodávek, balení</li> <li>- řízení zásob</li> </ul>	-
8	hodnocení dodavatelů	<ul style="list-style-type: none"> <li>- trvalé hodnocení dodavatelů</li> </ul>	objednávky, dodací listy, vstupní kontrola

# Výběr kritérií a specifikace požadavků

- Tento krok by měl předcházet vypsání výběrového řízení – každý účastník by měl kritéria hodnocení znát.
- U vybraných dodavatelů je pak vhodné zpětně hodnotit jejich skutečné dodavatelské výkony.



# Kritéria výběru a hodnocení dodavatelů

1. Finanční situace dodavatele
2. Perspektiva vývoje dodavatele
3. Logistické služby poskytované dodavatelem
4. Výrobní možnosti dodavatele
5. Informační systém
6. Cena
7. Kvalita



# 1. Finanční situace dodavatele

- Ekonomicky „zdravý“ dodavatel zaručuje, že s ním lze počítat pro dlouhodobější spolupráci.
- Údaje o finanční situaci dodavatele můžeme čerpat zejména z těchto zdrojů:
  - Z výročních zpráv
  - Podle vývoje podílu dodavatele na trhu
  - Ze struktury jeho zákazníků, jejich velikosti, počtu atd.



## 2. Perspektiva vývoje dodavatele

- Jde o to, zda bude schopen operativně akceptovat změny požadavků při zlepšování užitných vlastností výrobku zákazníka či při vývoji výrobků nových.
- Proto je třeba zaměřit se na tyto aspekty:
  - Na výzkumnou a vývojovou základnu dodavatele (R&D)
  - Na jeho spolupráci s vysokými školami a ostatními výzkumnými institucemi
  - Na systém podpory tvůrčí činnosti ve firmě dodavatele



# 3. Logistické služby poskytované dodavatelem

- Uplatňování tažných systémů řízení hmotných toků (JIT) v logistických řetězcích vyvolává tlak na logistické služby.
- V řadě odvětví dokonce požadavky na logistické služby patří k rozhodujícím kritériím výběru dodavatele.
  - Lokalizace dodavatele
  - Dodací lhůty
  - Rozptyl termínů vyřízení objednávek
  - Kompletnost dodávek
  - Schopnost reakce na mimořádné objednávky
  - Schopnost zabezpečit JIT dodávky
  - Způsob balení výrobků



## 4. Výrobní možnosti dodavatele

- Jde zejména o to, zda lze považovat dodavatele za spolehlivého výrobce. K tomu mohou pomoci informace:
  - O jeho výrobní kapacitě a stupni jejího využití
  - O počtu výrobních jednotek
  - O úrovni řízení výroby
  - O stavu výrobního zařízení a systému jeho údržby





## 5. Informační systém

- S rozvojem technologií je třeba brát v úvahu to, jaký používá dodavatel interní informační systém a jak je napojen na externí komunikační systémy.



## 6. Cena a cenové podmínky

- Cena, pořizovací náklady
- Očekávaný vývoj ceny
- Vývoj nákladů surovinové základny dodavatele
- Podíl přímých a režijních nákladů
- Lhůty splatnosti faktur
- Cenové rabaty



# 7. Kvalita

- Absolutním kritériem, který by měl každý dodavatel splňovat je požadovaná kvalita.
- Dodavatelé, kteří nabízejí nižší kvalitu než je požadována, bychom vůbec neměli brát v úvahu.
- Jelikož u řady kvalitativních parametrů nelze zajistit jejich stoprocentní dodržení, používá se mnoho jednoduchých ukazatelů měřících přímo kvalitu dodávek:
  - Procentuální podíl vedných dílů z celkového dodaného množství
  - Procentuální podíl nevyhovujících vzorků při statistické kontrole jakosti



## 7. Kvalita

- Hodnotí se také přímé důsledky nekvalitích dodávek na výkonnost firmy. Například časové ztráty způsobené ve výrobě dodávkou vadných dílů.
- Vedle kvalitativních parametrů dodávky je dobré zjistit o dodavateli také:
  - Dosavadní vývoj a perspektivu v kvalitě výrobku
  - Zda má zavedený systém řízení kvality
  - Zda je nositelem norem ISO



# Příklad soustavy kritérií při hodnocení dodavatele

<b>Kritérium</b>	<b>Dílčí kritérium</b>	<b>Jednotka</b>
Kvalita	podíl dodaných defektních dílů	ks ze 100 000
	podíl dílů vrácených zákazníkem	$(\text{ks ze 100 000}) \times 100$
	časová ztráta ve výrobě vlivem vadných dílů	hodiny
	pružnost dodavatele v odstraňování vad	
Náklady	snižování nákladů cenovou politikou a aplikací moderních technologií	procenta
	stálost nastavení cen ve vazbě na náklady dodavatelů	
Dodávky	procentuální podíl dílů dodaných v termínu	procenta
	časové ztráty způsobené dodávkou menšího než objednaného množství	hodiny
Služby	finanční situace dodavatele v uplynulém období	
	úroveň komunikace a spolupráce	
	technologická a vývojová úroveň dodavatele	
	výrobní možnosti a kapacita dodavatele	

# Formy hodnocení výběru optimální varianty

1. Hrubé hodnocení předností a nedostatků variant
2. Přesnější bodové hodnocení
3. Akceptace důležitosti jednotlivých kritérií
4. Váhové hodnocení spojující bodové hodnocení s pořadím důležitosti
5. Zvážení rizik spojených s vybranou variantou



# Metody výběru dodavatele

- Příklad nákupu výrobního stroje

Kritérium	Dodavatel		
	D <sub>1</sub>	D <sub>2</sub>	D <sub>3</sub>
K <sub>1</sub> – pořizovací náklady	2,5	2,8	3,2
K <sub>2</sub> – provozní náklady	4 300	6 400	6 400
K <sub>3</sub> – dodací lhůta	23	16	17
K <sub>4</sub> – produktivita práce	67 800	54 000	76 000
K <sub>5</sub> – obtížnost obsluhy	vyšší	průměrná	nízká



# Hrubé hodnocení předností a nedostatků variant

<b>Kritérium</b>	<b>Dodavatel</b>		
	<b>D<sub>1</sub></b>	<b>D<sub>2</sub></b>	<b>D<sub>3</sub></b>
K <sub>1</sub> – pořizovací náklady	1	1	0
K <sub>2</sub> – provozní náklady	1	0	0
K <sub>3</sub> – dodací lhůta	0	1	1
K <sub>4</sub> – produktivita práce	1	0	1
K <sub>5</sub> – obtížnost obsluhy	0	0	1
<b>Celkem výhod</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>3</b>





# Přesnější bodové hodnocení

- Používáme různé bodové stupnice.
- Pokud chceme více postihnout přednosti jednotlivých variant výberu, jsou doporučovány stupnice s větším rozpětím (7, 13, 15)

ukazatel	nevyhovuje	vyhovuje málo	vyhovuje částečně	vyhovuje plně
počet bodů	1	2	3	4

úroveň ukazatele	velmi dobrá	dobrá	neutrální	přijatelná	špatná
počet bodů	5	4	3	2	1



# Bodové hodnocení

- Před hodnocením stanovíme číselné intervaly jednotlivých ukazatelů

<b>Hodnotící stupnice</b> <b>Kritérium</b>	<b>nevyhovuje</b>	<b>vyhovuje málo</b>	<b>vyhovuje částečně</b>	<b>vyhovuje plně</b>
body	1	2	3	4
pořizovací náklady	> 5	4 – 5	3 – 4	< 3
provozní náklady	> 6 500	5 500 – 6 500	4 500 – 5 500	< 4 500
dodací lhůta	> 21	19 – 21	17 – 19	< 17
produktivita práce	< 50 000	50 000 – 60 000	60 000 – 70 000	> 70 000
obtížnost obsluhy	vysoká	průměrná	nižší	nízká



# Bodové hodnocení - výsledek

<b>Kritérium</b>	<b>Dodavatel</b>		
	<b>D<sub>1</sub></b>	<b>D<sub>2</sub></b>	<b>D<sub>3</sub></b>
K <sub>1</sub> – pořizovací náklady	4	4	3
K <sub>2</sub> – provozní náklady	4	2	2
K <sub>3</sub> – dodací lhůta	1	4	4
K <sub>4</sub> – produktivita práce	3	2	4
K <sub>5</sub> – obtížnost obsluhy	1	2	4
<b>Celkem výhod</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>17</b>



# Bodové hodnocení

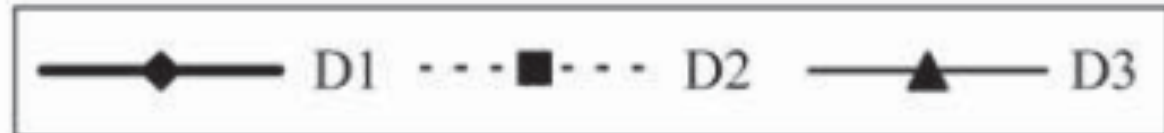
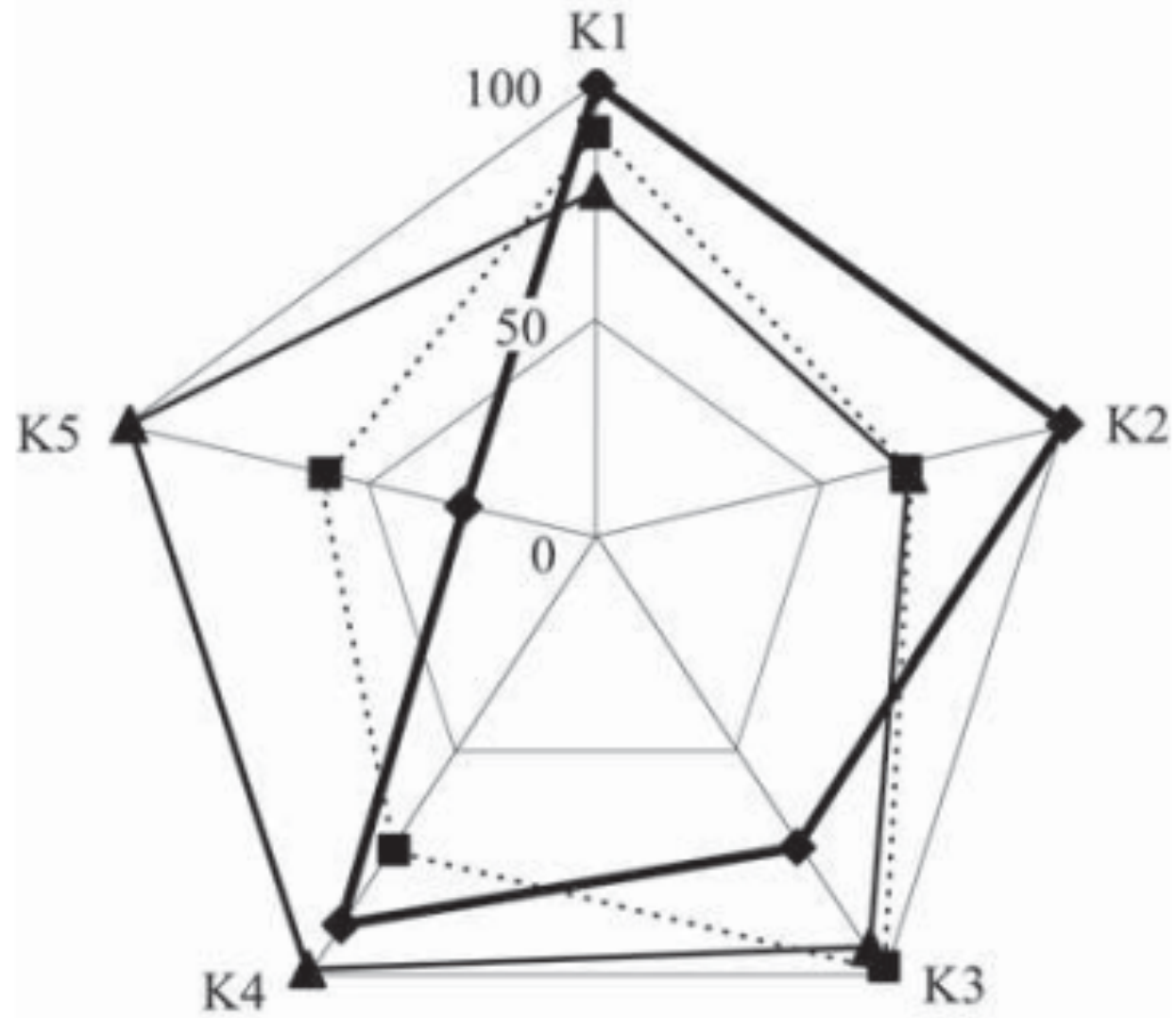
- U bodového hodnocení je možné převádět hodnoty kvantitativních i kvalitativních kritérií na sčítatelnou veličinu.
- Lze kromě bodů využívat i relativní hodnoty, které získáme tak, že nejlepší hodnotu sledovaného kritéria položíme rovnu 100 a ostatní vyjádříme poměrem.

**Hodnota kritéria \* 100 / nejlepší hodnota kritéria**



Kritérium	Dodavatel		
	D <sub>1</sub>	D <sub>2</sub>	D <sub>3</sub>
K <sub>1</sub> – pořizovací náklady	$2,5 \cdot 100/2,5 = 100$	$2,5 \cdot 100/2,8 = 89,3$	$2,5 \cdot 100/3,2 = 78,1$
K <sub>2</sub> – provozní náklady	$4\,300 \cdot 100/4\,300 = 100$	$4\,300 \cdot 100/6\,400 = 67,2$	$4\,300 \cdot 100/6\,400 = 67,2$
K <sub>3</sub> – dodací lhůta	$16 \cdot 100/23 = 69,6$	$16 \cdot 100/16 = 100$	$16 \cdot 100/17 = 94,1$
K <sub>4</sub> – produktivita práce	$\frac{67\,800}{76\,000} \cdot 100 = 89,2$	$\frac{54\,000}{76\,000} \cdot 100 = 71,0$	$\frac{76\,000}{76\,000} \cdot 100 = 100$
K <sub>5</sub> – obtížnost obsluhy	vyšší – 30	průměrná – 60	nízká – 100
<b>Celkem</b>	<b>448</b>	<b>387,5</b>	<b>439,4</b>





# Akceptace důležitosti jednotlivých kritérií

Kritérium	Hodnotitel						Průměrné pořadí
	H1	H2	H3	H4	H5	H6	
K <sub>1</sub>	1	1	3	2	1	3	1,83
K <sub>2</sub>	3	3	4	4	2	2	3,00
K <sub>3</sub>	2	2	1	3	3	1	2,17
K <sub>4</sub>	4	4	2	1	5	4	3,33
K <sub>5</sub>	5	5	5	5	4	5	4,83

Kritérium	K <sub>1</sub>	K <sub>3</sub>	K <sub>2</sub>	K <sub>4</sub>	K <sub>5</sub>
Bodové hodnocení jednotlivých kritérií	5	4	3	2	1



# Váhové hodnocení

Kritéria $K_i$	Jejich váha $v_i$	$D_1$		$D_2$		$D_3$	
		Body $b_i$	$v_i b_i$	Body $b_i$	$v_i b_i$	Body $b_i$	$v_i b_i$
$K_1$	5	4	20	4	20	3	15
$K_3$	4	1	4	4	16	4	16
$K_2$	3	4	12	2	6	2	6
$K_4$	2	3	6	2	4	4	8
$K_5$	1	1	1	2	2	4	4
Celkem		13	43	14	48	17	49





# Váhové hodnocení

Kritéria $K_i$	Jejich váha $v_i$	$D_1$		$D_2$		$D_3$	
		Rel. hodn. $r_i$	$r_i v_i$	Rel. hodn. $r_i$	$r_i v_i$	Rel. hodn. $r_i$	$r_i v_i$
$K_1$	5	100	500	89,3	446,5	78,1	390,5
$K_3$	4	69,6	278,4	100	400,0	94,1	376,4
$K_2$	3	100	300	67,2	201,6	67,2	201,6
$K_4$	2	89,2	178,4	71,0	142,0	100	200
$K_5$	1	30	30	60	30	100	100
Celkem		380,8	1 286,8	387,5	1 220,1	439,4	1 268,5



# Zvážení rizik spojených s vybranou variantou

- $v$  = závažnost rizika (1-5);  $p$  = pravděpodobnost vzniku;  $s$  = riziko
- Výpočet  $s = v * p$

Riziko	Závažnost rizika $v_i$	<b>D<sub>1</sub></b>		<b>D<sub>2</sub></b>		<b>D<sub>3</sub></b>	
		$p_{i1}$	$s_i$	$p_{i2}$	$s_i$	$p_{i3}$	$s_i$
pravděpodobnost výskytu poruch	3	0,3	0,9	0,2	0,6	0,1	0,3
pravděpodobnost nedodržení dodacího termínu	2	0,4	0,8	0,4	0,8	0,1	0,2
stupeň ohrožení	5		1,7		1,4		0,5
celkové riziko	100		34		28		10



Kritéria $K_i$	Jejich váha $v_i$	$D_1$		$D_2$		$D_3$	
		Rel. hodn. $r_i$	$r_i v_i$	Rel. hodn. $r_i$	$r_i v_i$	Rel. hodn. $r_i$	$r_i v_i$
$K_1$	5	100	500	89,3	446,5	78,1	390,5
$K_3$	4	69,6	278,4	100	400,0	94,1	376,4
$K_2$	3	100	300	67,2	201,6	67,2	201,6
$K_4$	2	89,2	178,4		142,0	100	200
$K_5$	1	30	30	60	30	100	100
Celkem		380,8	1 286,8	387,5	1 220,1	439,4	1 268,5

Riziko	Závažnost rizika $v_i$	$D_1$		$D_2$		$D_3$	
		$p_{i1}$	$s_i$	$p_{i2}$	$s_i$	$p_{i3}$	$s_i$
pravděpodobnost výskytu poruch	3	0,3	0,9	0,2	0,6	0,1	0,3
pravděpodobnost nedodržení dodacího termínu	2	0,4	0,8	0,4	0,8	0,1	0,2
stupeň ohrožení	5		1,7		1,4		0,5
celkové riziko	100		34		28		10



Hodnocení	Dodavatel		
	$D_1$	$D_2$	$D_3$
vážené relativní hodnoty dodavatelů	1 291,6	1 220,1	1 268,5
celkové riziko dodávek	-34	-28	-10
<b>celkové hodnocení</b>	<b>1 257,6</b>	<b>1 192,1</b>	<b>1 258,5</b>



Hodnocení	Hodnota			Pořadí		
	D <sub>1</sub>	D <sub>2</sub>	D <sub>3</sub>	D <sub>1</sub>	D <sub>2</sub>	D <sub>3</sub>
prosté srovnání předností a nevýhod	3	2	3	1-2.	3.	1-2.
bodové hodnocení	13	14	17	3.	2.	1.
hodnocení pomocí relativních hodnot	380,8	387,5	439,4	3.	2.	1.
vážené bodové hodnocení	43	48	49	3.	2.	1.
hodnocení pomocí vážených relativních hodnot	1 291,6	1 220,1	1 268,5	1.	3.	2.
hodnocení rizik	34	28	10	3.	2.	1.
celkové hodnocení	1 257,6	1 192,1	1 258,5	2.	3.	1.

- Gros a Grosová, 2006. Tajemství moderního nákupu. ISBN 80-7080-598-6



# Hodnocení stávajícího dodavatele

Dodavatel	Dodávka č.										Průměr	Směrodatná odchylka
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
A	4	5	4	3	6	5	3	4	7	6	4,7	1,27
B	4	5	5	6	5	6	4	4	5	5	4,9	0,70



Děkuji za pozornost

