

# Řešení technologie obchodního provozu I.



*Cílem přednášky je: pochopení  
podstaty obchodního provozu  
a jeho prvků (zboží, obchodně  
provozní operace)*

# Řešení technologie obchodního provozu I.

Struktura přednášky

## Obchodní provoz

Prvky obchodního provozu a jejich  
základní charakteristika:

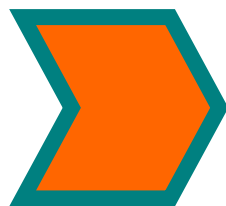
Zboží – obchodní sortiment,  
technologické skupiny, zásoby

Obchodně provozní operace

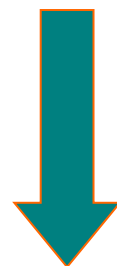
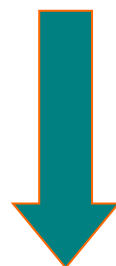
# System technologie obchodního provozu + marketing = nákupní atmosféra



Zboží



obchodní sortiment  
technologické skupiny  
zásoby



Obchodně  
provozní  
operace-  
odběr zboží,  
přijímka...

Plochy a  
dispoziční  
členění -  
hrubý design  
prodejny

Mechanizační  
zařízení a  
prostředky-  
palety

Technologie  
elektronizace  
pohybu zboží

Lidé  
manažeři,  
prodavači,  
pokladní,  
skladníci...

# Nákupní atmosféra (NA)



- nákupní podmínky pro zákazníka působí na jeho **smysly**
- vzniká spojením technologie obchodního provozu s marketingem (provozní + marketingové know - how).

## Co tvoří nákupní atmosféru?

- architektura jednotky, řešení vstupních prostorů, výkladní skříně, nápisy, parkovací plochy, vnitřní design, presentace zboží na prodejní ploše, forma prodeje, provozní personál atd.
- důležitý je **emociální vztah** mezi všemi prvky NA a chováním zákazníka.
- **Nákupní atmosféra prodejny** – je řešena v rámci prostorového managementu - "**space management**".



**Smyslový  
marketing**

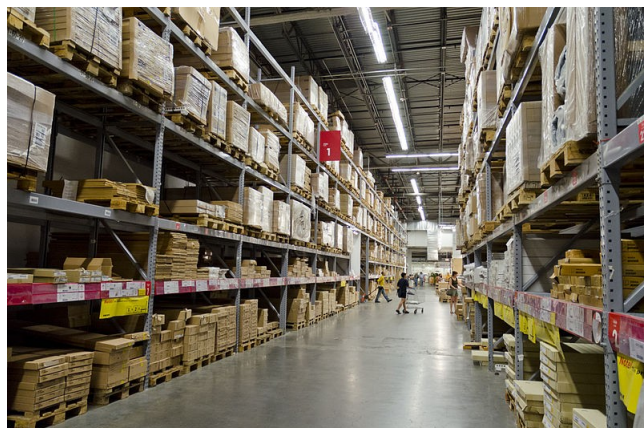
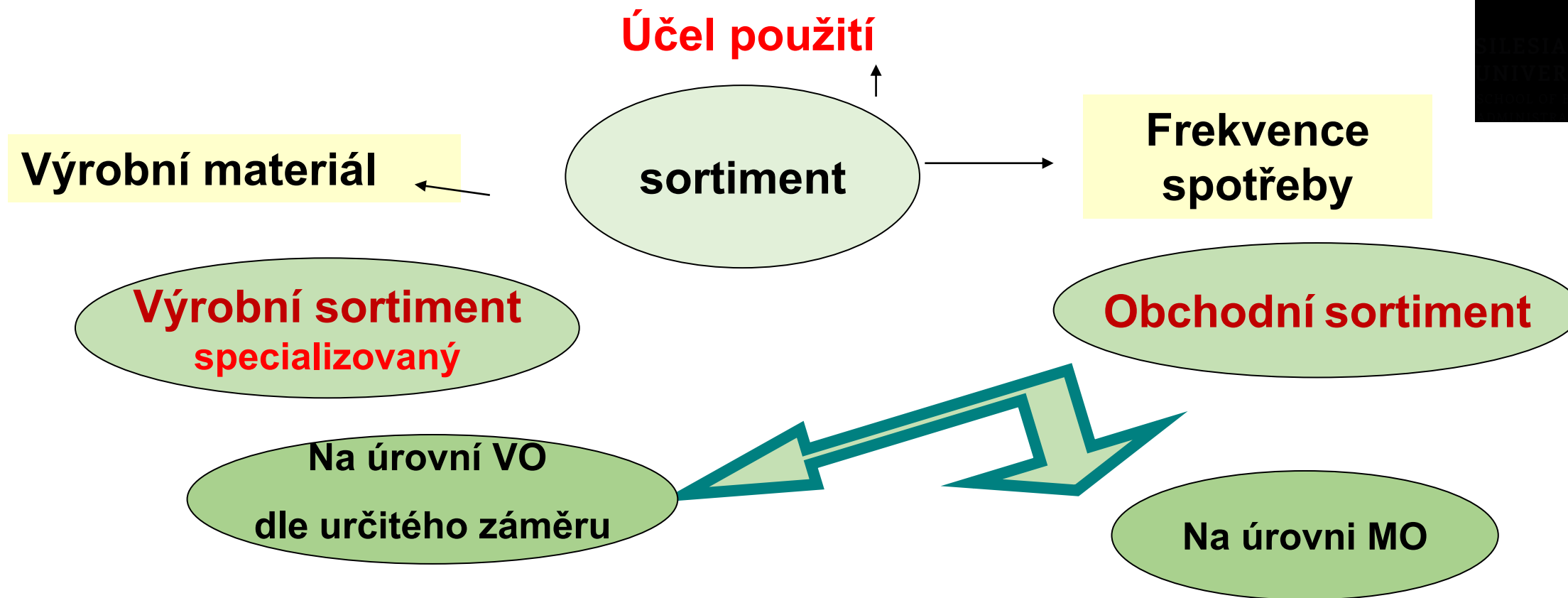
**Emoce** - duševní stav (mozek-  
limbický systém) prožitek –  
příjemný – nepříjemný: vyvolá  
radost, hněv, zklamání..



# Statické a dynamické prvky obchodního provozu

- obecně mohou mít prvky obchodního provozu charakter prvků **statických** nebo **dynamických**
- rozhoduje **stupeň stability** a rychlosti **reakce na změny** spotřebitelské poptávky a další vnější vlivy (způsob dodávek, řízení apod.)
  - **statické prvky** - plochy, dispoziční řešení a zabudované pracovní prostředky
  - **dynamické prvky** - zboží, obchodní operace a pracovníci (dají se snadněji změnit).

# Zboží jako obchodní sortiment - tvorba obchodního sortimentu





# Mezinárodní rozdělení spotřebního zboží

- **Potraviny (FOOD)**
- **Suchý sortiment (DRY GOODS)**  
**(konzervy, nápoje...)**
- **Rychle se kazící (Perishable GOODS)**  
**(maso, mléčné výrobky)**

- **Nepotraviny (NON FOOD)**
- **Měkké (SOFT)**  
**(oblečení, obuv...)**
- **Tvrdé (HARD)**  
**bílé (white)**  
**(ledničky, pračky...)**  
**hnědé (brown)**  
**(TV, rádia, PC...)**



# Struktura obchodního sortimentu se mění

Má dynamický charakter:

!!!

**Vývojové změny:**

změny ve spotřebě  
obyvatelstva (životní styl, např.  
pandemie)

vývoj výroby, její růst

**Sezónní změny:**

odraz spotřebitelských  
zvyklostí a tradic

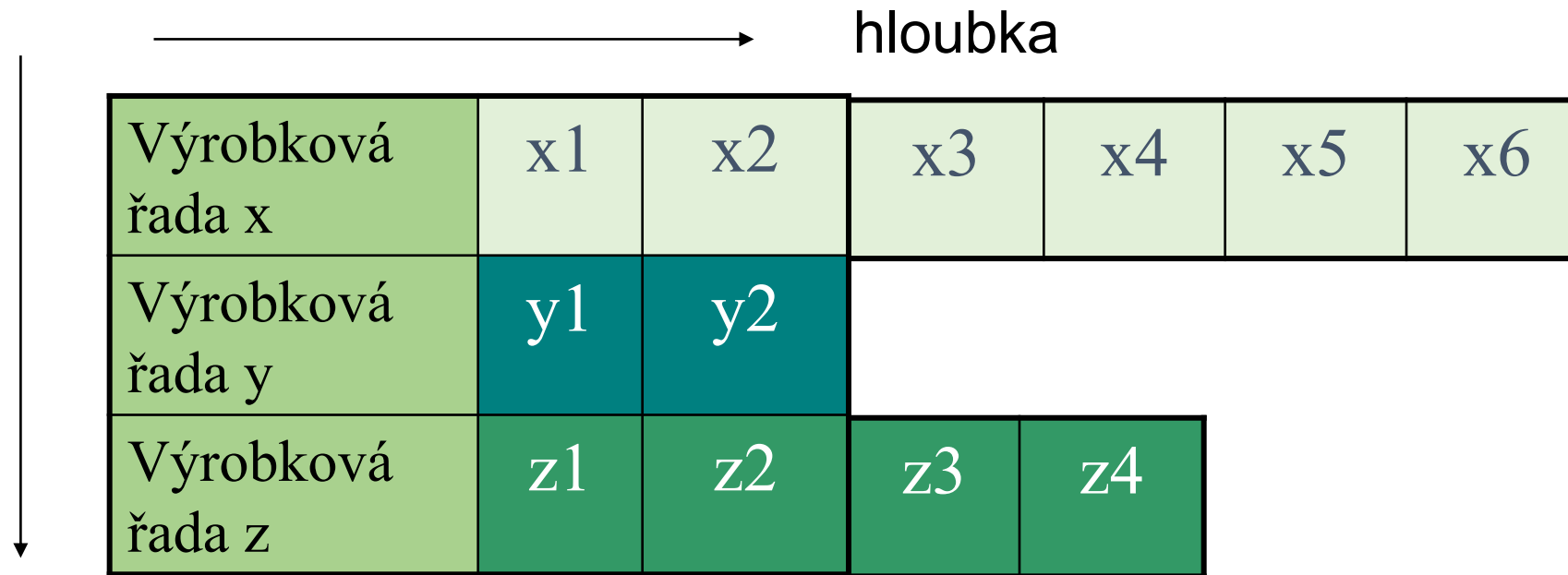


**Změna v šířce  
a hloubce sortimentu**





# Struktura sortimentu, jeho šířka a hloubka – příklad 1



**Praxe:** Počet výrobových řad: 3 (šířka sortimentu)

Počet sort. druhů – hloubka sortimentu

X: nástěnné hodiny

Y: pánské náramkové hodinky

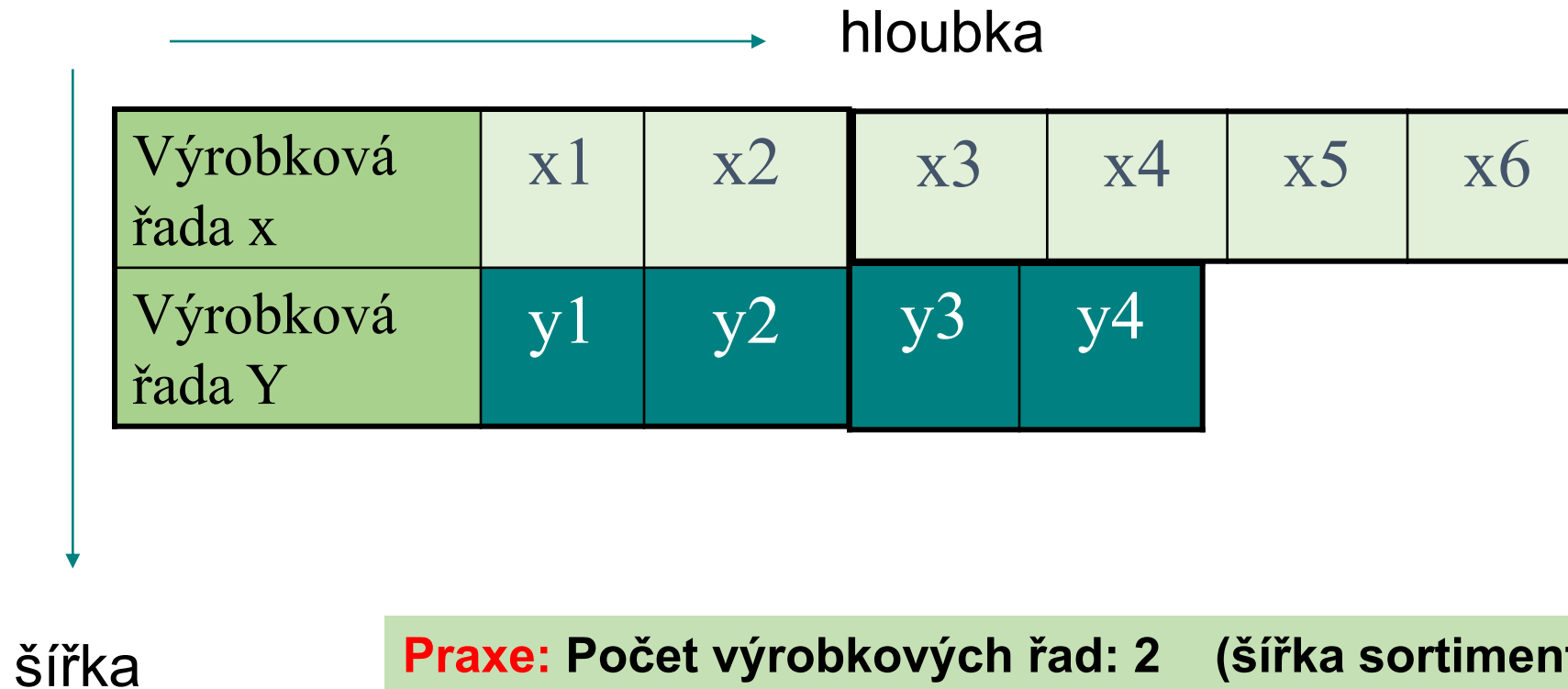
Z: dámské náramkové hodinky

Počet výrobků: 12

Průměrná hloubka: 4



# Struktura sortimentu, jeho šířka a hloubka - **příklad 2**



**Praxe:** Počet výrobních řad: 2 (šířka sortimentu)

X: ovoce čerstvé

Y: ovoce konzervované

Počet výrobků: 10

Průměrná hloubka: 5



# Rozhodování o sortimentu

Při rozhodování o sortimentu je řešena mimo jiné otázka vzájemného **poměru šířky a hloubky** sortimentu (obrátkovost).

## Základní kombinace:

- úzký a mělký**: exkluzivní prodejny, značkové (Zara, ....)
  - úzký a hluboký**: kombinace typická pro specializované prodejny (drogistické prodejny, oblečení)
  - široký a mělký**: smíšené prodejny prodávající zboží denní potřeby (ve venkovském prostoru, diskontně orientované)
  - široký a hluboký**: plnosortimentní supermarkety, hypermarkety, obchodní domy.
- Diskontně orientované**: omezují hloubku sortimentu (zrychlení prodeje – ekonomický efekt).

**Ekonomický  
efekt**

**Obrátka zásob –  
obrátkování peněz –  
náklady na obchodní a  
úvěr a úroky – vliv na  
cenu zboží.**



Na trhu je rozmanitý sortiment- vede to k jeho členění, třídění a seskupování a specializaci

## Cíle členění:

Zjednodušení obchodní činnosti, racionalizace práce, využití kvalifikace, přizpůsobení potřebám a orientaci zákazníků.

Různé kombinace -  
historicky  
podle změn potřeb lidí

**Praxe:** květinářství + dárky,  
prodejny nábytku + další  
příslušenství

**Specializace  
Obchodně provozní  
jednotky (MOJ)**



# Obchodní sortiment dle frekvence poptávky

Významným hlediskem sortimentní specializace je v současnosti i **frekvence poptávky**, která rozděluje zboží do tří skupin:

- zboží **základní** poptávky (potřeby)
- zboží **časté** poptávky (občasné spotřeby)
- zboží **občasné** poptávky (dlouhodobé spotřeby).

Lze přesně vymezit tyto tři skupiny v každé zemi?



**Nelze**

# Obchodní sortiment dle frekvence poptávky



Lze přesně vymežit tyto tři skupiny?



Ne

Mezi těmito skupinami nelze určit přesné hranice - lidé různých částí světa mají **odlišnou životní úroveň, způsob života, zvyklosti a potřeby.**

Některé zboží proto může být v určité lokalitě zbožím dlouhodobé spotřeby. V jiné zemi může totéž zboží spadat do jiných skupin.

Např. **nábytek** může být pro někoho celoživotní záležitostí, pro druhého sortiment, který během svého života změní několikrát.

## Praxe: Seskupování sortimentu – základ specializace



Souborná třída zboží	POTRAVINY
Třída zboží	OVOCE A ZELENINA
Obor	OVOCE
Sortimentní skupina (výrobková řada) (další SS: ovoce čerstvé, sušené, mražené...)	OVOCE KONZERVOVANÉ
Sortimentní podskupina (další SP: kompoty, mražené ovoce, sušené ovoce...)	MARMELÁDY
Druh zboží (další druhy: jahodová, borůvková...)	MERUŇKOVÁ MARMELÁDA
Komerční druh	Vlastnosti (hmotnost, cena, adjustace...)



**Komerční druh** - základní prvek obchod.  
sortimentu

Čím se liší komerční druhy?

Množstvím, obalem, cenou, složením, stříhem,  
materiálem, barvou, tvarem, velikostí, jakostí,  
značkou, výrobcem.



**Vliv druhu zboží na obchodní provoz**





## Pracnost sortimentu – náročnost na prodej



**složitost (široký a hluboký sortiment)**  
**frekvence dodávek (četnost zásobování)**  
**doba prodejnosti (trvanlivosti)**  
**fyzické vlastnosti zboží (hmotnost, křehkost...)**  
**pomoc zákazníkovi (poradenství)**  
**péče o prodejní zařízení (mrazící boxy)**  
**ztížení pracovních podmínek (klimatické podmínky)**  
**zvláštní odpovědnost (prodej zbraní, toxických látek).**

# Proč je doba trvanlivosti důležitá?

## Případová studie

**Riziko prošlé doby u potravin** – bakterie, plísně.

Mezi nejrizikovější potraviny, které jsou staršího data, patří ryby, uzeniny, sýry (včetně plísňových), kvašené potraviny a ořechy.

**Prodlužování doby trvanlivosti potravin** – není to záležitost pouze moderní doby, trvanlivost se prodlužovala různými způsoby i dříve – působením tepla, uzením, sušením, uchováváním v chladu, přidáním soli, cukru, octa, alkoholu a tak dále.

**Některé potraviny mají dlouhou trvanlivost** i bez dodatečné úpravy, např. obiloviny, mouka, luštěniny, med či alkoholické nápoje.

Konzervování přidáním **chemických sloučenin** (konzervantů) je záležitost novější. Konzervační látky se na obalech označují buď kódem E, nebo názvem dané sloučeniny.





## Potraviny v ČR z hlediska kvality - **praxe**

Z hlediska nejvyššího procentuálního zachytu nevyhovujících vzorků na základě podnětů byly vyhodnoceny inspekcí (SZPI) jako nejproblematictější následující komodity:

**těstoviny, dehydratované výrobky, med, čokoláda a cukrovinky, víno, čerstvá zelenina, zmrzliny a mražené krémy.**

**Kvalitní potraviny: kontrola probíhá již přes 15 let**

**Kontrolované značky kvality Klasa, značka Regionální potravina**

**Dvojitá kvalita dovážených potravin zejména ze západní Evropy (EU - Věra Jourová), příprava evropské legislativy.**

# Zboží jako technologická skupina zboží



## Zásada dovoleného susedství

aromaticky agresivní (prací prášky, některé potraviny)

absorbující pachy (sušenky, pečivo)

vyžadující speciální klimatické podmínky (maso, mléčné výrobky)

podléhající bezpečnostním předpisům (zbraně, střelivo)

vyžadující zvláštní způsob manipulace, dopravy... (sklo, elektronika...).

# Na co mají vliv technologické skupiny zboží?

- na druh skladovacích ploch
- na charakter manipulačních jednotek
- na typ dopravních a manipulačních prostředků a jednotek.

## Co je manipulační jednotka?

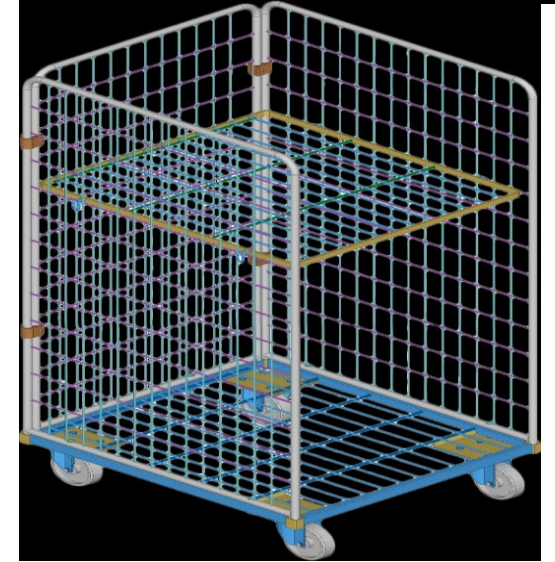
Manipulační jednotka je definována jako zboží nebo soubor zboží tvořící jednotku schopnou manipulace jako s jedním kusem, aniž by bylo nutno ji dále upravovat.



zavařovací sklenice na paletě

[https://www.zbozi.cz/hledani/?q=paleta%20potravin#utm\\_source=search.seznam.cz&utm\\_medium=hint&utm\\_content=products-opesBB&utm\\_term=paleta%20potravin](https://www.zbozi.cz/hledani/?q=paleta%20potravin#utm_source=search.seznam.cz&utm_medium=hint&utm_content=products-opesBB&utm_term=paleta%20potravin)

<https://pixabay.com/cs/photos/dřevěné%20palety/>



rolkontejner



# Zboží jako zásoba - základní pojmy řízení zásob



Pojem, označení hladiny zásob	Vysvětlení, interpretace
$Z_{min}$	Minimální zásoba
$Z_B$	Běžná zásoba
$Z_S$	Signální zásoba (objednávkový bod)
$Z_{max}$	Maximální zásoba
$Z_{ind}$	Indisponibilní zásoba
$D_O$	Doba obrátu - za jak dlouho se prodá průměrná zásoba ze skladu
$O_B$	Obrátka - kolikrát za sledované období se prodá průměrná zásoba ze skladu



# Dodávkový cyklus

**Dodávkový cyklus** - interval, ve kterém se zboží dodává na prodejnu.

- všechny druhy zboží se nedodávají stejně, proto se celková zásoba pohybuje kolem průměrné zásoby.
- **doba vyřízení objednávky** (cyklus) - ovlivněn i rychlostí obratu jednotlivých druhů zboží a současně ovlivňuje výši zásob.
- ve vyspělých ekonomikách dochází ke značnému zrychlení oběhu zboží a tedy i peněz, za normální dobu dodávky je považována lhůta 48 hodin.

**Příklady intervalů dodávek do prodejen (přímé dodávky zákazníkům jsou kratší):**

**Denně** - mléčné výrobky, chléb, pečivo.

**Týdně** - těstoviny.

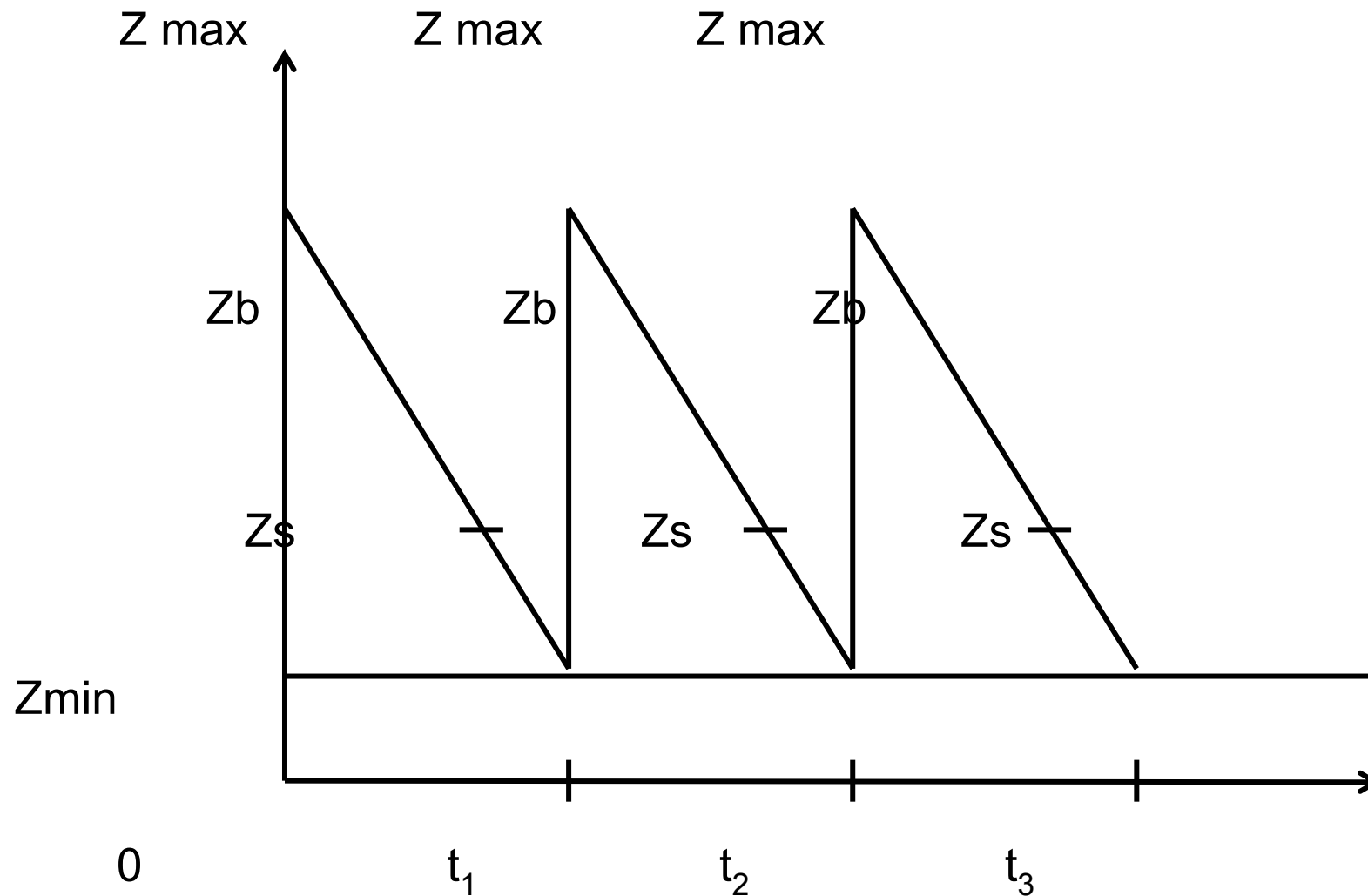
**Měsíčně** - konzervy.

**7-15 dní** - nepotravinářské zboží.



# Křivka vývoje zásob (v případě nejistoty)

## 1. Teoretický model

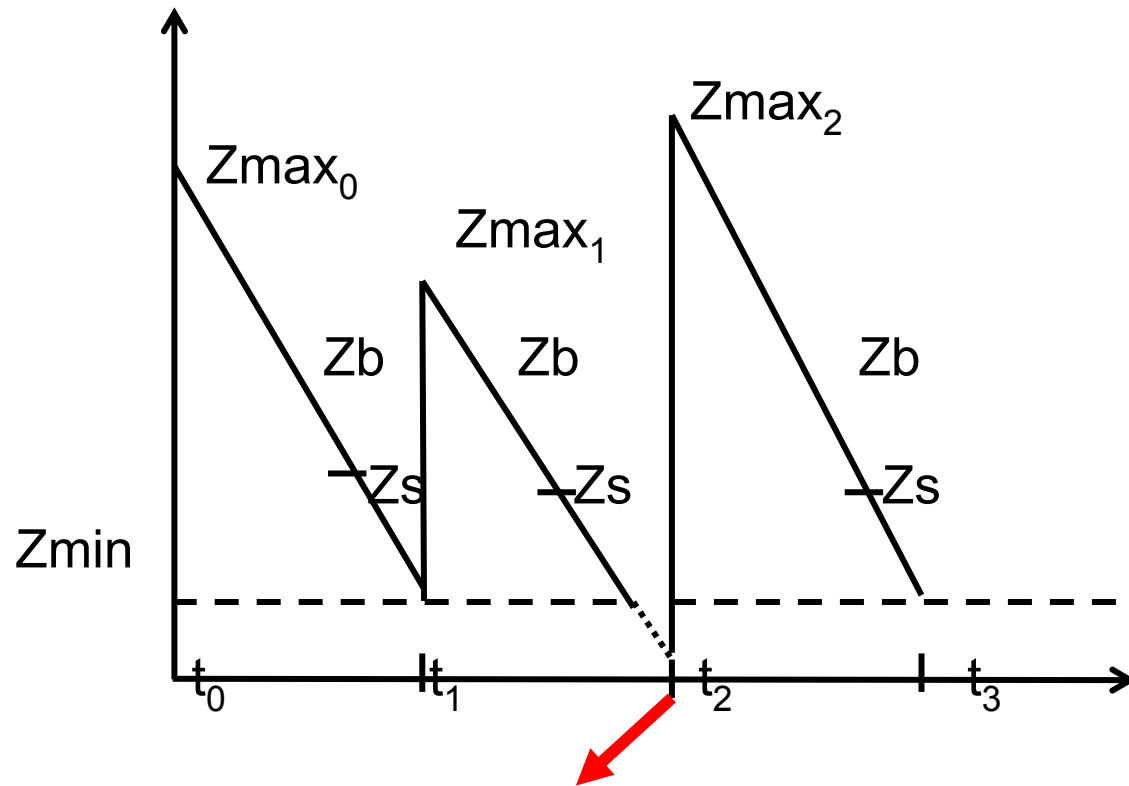






# Křivka vývoje zásob – v případě nejistoty

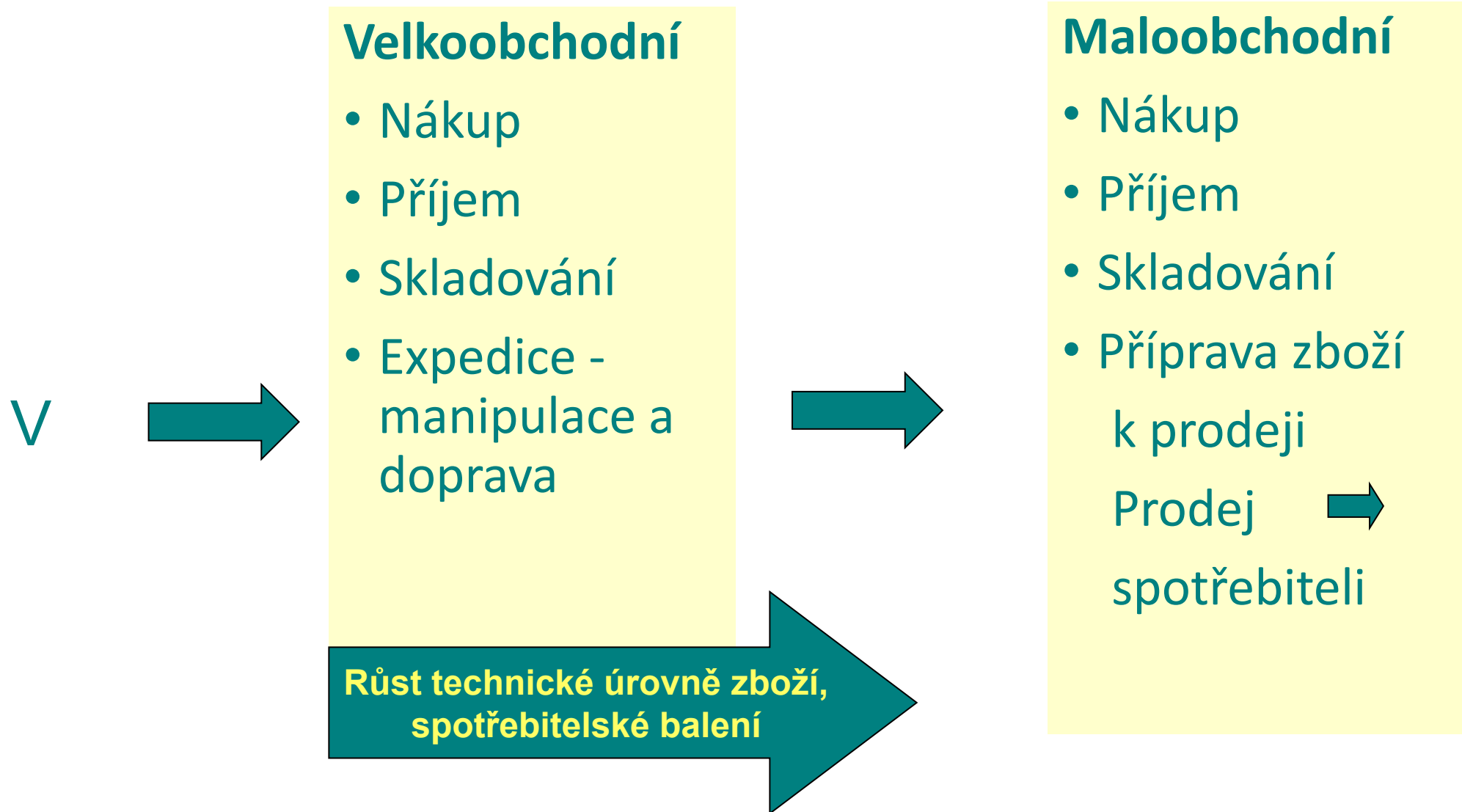
## 1. Reálný model



**Praxe: Výprodej se může týkat jednoho sortimentního druhu - obvyklá situace nebo celého sortimentu – mimořádná situace (panika obyvatel)**



# Obchodně provozní operace



# Charakteristika velkoobchodních operací



- **Nákup** – agent (prostředník) dle objednávky
- **Příjem** – dělí se na odběr a přejímku zboží
- **Odběr:** kontrola zevní neporušenosti dopravního prostředku, vnější neporušenosti obalů, počtu obalových jednotek a hmotnosti dle průvodních dokladů
- **Přejímka:** kontrola množství, jakosti a sortimentu a řešení případných reklamací
- **Skladování** – regály, stohování, zásada dovoleného sousedství
- **Expedice** - manipulace (vyskladnění, kompletace, balení) a doprava.



# Charakteristika maloobchodních operací



## Nákup

- **Kdo?** samotný vlastník, nákup pomocí obchodního zástupce, nákupčího ...
- **Jak?** nákup centralizovaný, decentralizovaný, kombinovaný
- **Fáze nákupu zboží**
  - **● Přípravná** – soustavné sledování spotřebitelské poptávky, evidence prodeje a struktury zásob (marketing)
  - **● Výběr zboží** - přímá návštěva nákupčího ve vzorkově velkoobchodu, pomocí nabídek v katalogu, návštěva zástupce velkoobchodu na prodejně, online výběr
  - **● Sestavení a vyřízení objednávky** - písemně, telefonicky, osobně nebo elektronicky s využitím IT.



# Charakteristika maloobchodních operací



- **Příjem zboží** – probíhá stejným způsobem jak ve velkoobchodě,
- **Přejímka** - kvantitativní (počet), kvalitativní (jakost) a sortimentní (kompletnost).

**Podcenění přejímky - zdroj manka a reklamací zboží i špatného image.**

**Příprava zboží k prodeji** - úroveň přípravy je závislá na technické připravenosti výroby produkovat vhodná spotřebitelská balení.

**Co je třeba udělat?**

- porcování, vážení, balení, rozměřování - informativní cenové poutače na zboží, značení zboží - doplňování zboží do prodejních místností.



# Charakteristika maloobchodních operací



- **Příprava zboží k prodeji (kultura prodeje)**
- zrychluje prodej zboží
- přispívá k růstu maloobchodního obrátu
- provádí se mimo prodejní dobu nebo při menší návštěvnosti zákazníků.

## Úpravy zboží před prodejem potravinářského zboží (příklady)

- zboží se vybalí, maso se naporcuje, salámy a sýry se nakrájí
- cukrářské výrobky se úhledně uloží na podnosy
- zelenina se vytrídí
- ošetřování zboží a prodejního zařízení
- otírání prachu
- čištění chladicího a mrazicího zařízení
- označení zboží cenou...



# Shrnutí přednášky

- **Obchodní provoz** chápeme systémově, rozhodujícím prvkem je zboží, na něm závisí další prvky, jako je dispoziční řešení, mechanizační prostředky, technologie a lidé (viz další přednáška).
- **Znalost charakteristiky** všech prvků obchodního provozu, a to zboží jako obchodní sortiment, technologická skupina, zásoba,
- **Graf vývoje zásob** – teoretický a reálný
- **Obchodně provozní operace** – velkoobchodní a maloobchodní a jejich charakteristika.



# Dobrovolný úkol č. 1

- Dobrovolný úkol č. 1
- Státní zemědělská a potravinářská inspekce kontroluje kvalitu prodávaných potravin v ČR.
- Najděte na maloobchodním trhu příklady problémového prodeje potravinářských výrobků (v rámci ČR).
- Za zpracování můžete získat 1-2 body podle úrovně zpracování (dbejte prosím na odpovídající formální úpravu).
- Odevzdání: v IS (odevzdávárny – úkoly z přednášek)
- Soubor označte: **nováková\_dú1**
- Termín odevzdání: do 15.10.2022