

Obchodní operace

Úvod do studia

Témata:

- Výhodiska obchodních operací
- Realizace obchodních operací



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Ing. Radka Bauerová, Ph.D.

Tutorial č. 1

1. 3. 2024

Obsah přednášky

1. Úvodní informace o kurzu a semestrální práci
2. Východiska obchodních operací
 - Marketingový mix obchodníka
 - Pojetí obchodu
 - Definice obchodních operací
 - Funkce obchodních operací
 - Faktory ovlivňující proces jejich provádění
 - Nejvíce využívané obchodní operace na domácím trhu
 - Obchodní kategorie
 - Specifikace prostředníků a zprostředkovatelů obchodní činnosti
3. Realizace obchodních operací
 - Průběh obchodních operací
 - Typy dokumentů
 - Dodací podmínky

ÚVOD DO STUDIA



ZÁKLADNÍ INFORMACE



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Vyučující seminářů: Ing. Radka Bauerová, Ph.D.

Kancelář: B 301

E-mail: bauerova@opf.slu.cz

Konzultační hodiny: úterý 15:30 – 17:00
středa 11:25 – 12:10

Konzultace mohou po předchozí domluvě (e-mail, chat v Teamsech) proběhnout také prostřednictvím MS Teams.

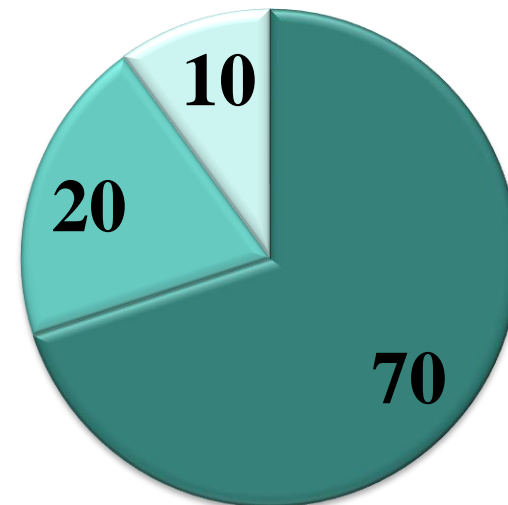


POŽADAVKY NA ÚSPĚŠNÉ ABSOLVOVÁNÍ PŘEDMĚTU



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

1. Vypracovat semestrální **projekt**
2. Absolvovat závěrečnou **zkoušku**



Celkově možnost získat **100 bodů**,
pro úspěšné absolvování předmětu
nutno získat minimálně **60 bodů**.

- Písemná zkouška
- Body za prezentaci vypracovaného zadání
- Body za zpracované úkoly z přednášek

INFORMACE K HODNOCENÍ V PŘEDMĚTU



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ



0 – 59	60 – 68	69 – 76	77 – 84	85 – 92	93 – 100
bodů	bodů	bodů	bodů	bodů	bodů
F	E	D	C	B	A



*„Úspěch je součtem
malých snah opakovaných
den co den.“*

*„Neúspěch přichází pouze
tehdy, kdy se přestanete
snažit.“*



Sledujte interaktivní osnovu v IS – k dispozici skripta, šablona semestrální práce, rámcový harmonogram výuky, zkušební testy, přednášky, semináře a další materiály.

A high-angle photograph of three students sitting at a dark wooden table outdoors. The student on the left is looking at an open book. The student on the right is writing in a notebook. A third student's hands are visible at the bottom, holding an open book. A clear plastic cup with a straw is on the table. The scene is brightly lit, suggesting a sunny day.

**POŽADAVKY NA
SEMESTRÁLNÍ PRÁCI**

SEMESTRÁLNÍ PRÁCE - ZAMĚŘENÍ



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Téma SP: Obchodní operace ve firmě Marlenka



Cíl: Cílem semestrální práce je představit výsledky z provedené analýzy vybraných obchodních operací ke kterým dochází ve firmě Marlenka a navrhnout jejich optimalizaci.



Celkem 7 týmů po 2-3 studentech



SEMESTRÁLNÍ PRÁCE - POŽADAVKY



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Odevzdání: elektronicky v **PDF do IS** → odevzdávárna „Semestrální práce“. SP odevzdává pouze jeden člen z týmu! Práci pojmenujte zkratkou SP a příjmením členů týmu, kteří se na SP **aktivně** podíleli.

➤ například takto: SP_Holmes_Watson_Hudsonová

Rozsah SP není stanoven, bude hodnocen obsah, tedy míra splnění zadání semestrální práce. Pokud ale potřebujete pro představu stanovení rozsahu, tak pro SP by mělo stačit zpracování na 7-15 stran. Pro zpracování použijte šablonu SP, kterou máte dostupnou v interaktivní osnově.

Obsah semestrální práce je upřesněn v **rozpisech** podle toho, jakou konkrétní oblast pro zpracování si zvolíte.




JAK SE PŘIHLÁSIT NA TÉMA SEMESTRÁLNÍ PRÁCE?





SLEZSKÁ
UNIVERSITA


Moje předměty

 PEMBPOBO Obchodní operace

vyučující
R. Bauerová
ROZVRH
St 8:55–10:30 B207 [↗](#)
SEMINÁŘ
PEMBPOBO/01 St 10:35–11:20 B207 [↗](#), R. Bauerová, Odhlásit/přihlásit jinou

 Studijní materiály

 Interaktivní osnova

 Poznámkové bloky

• Seminární skupiny • **• Rozpisy** • Poskytovna • Katalog

OPF: PEMBPOBO Obchodní operace (léto 2024)

Rozpisy  Témata: přihlašování

Semestrální práce

Řadit témata dle: názvu | poslední modifikace | vedoucího
Zobrazit témata: **aktuální volná** | všechna aktuální | pokročilý výběr -

Ing. Radka Bauerová, Ph.D.

- Elektronický obchod a digitalizace
 Vede: Ing. Radka Bauerová, Ph.D., učo 32908 [↗](#)
Studenti (max. 3): zatím žádný
[Zobrazit operace](#)
- Finanční operace a platební styky
 Vede: Ing. Radka Bauerová, Ph.D., učo 32908 [↗](#)
Studenti (max. 3): zatím žádný
• [Úplné info](#) • [Přihlásit se](#)
- Logistika a distribuční strategie
 Vede: Ing. Radka Bauerová, Ph.D., učo 32908 [↗](#)
Studenti (max. 3): zatím žádný
[Zobrazit operace](#)
- Marketingový mix a strategie trhu
 Vede: Ing. Radka Bauerová, Ph.D., učo 32908 [↗](#)
Studenti (max. 3): zatím žádný
[Zobrazit operace](#)

TERMÍNY ODEVZDÁNÍ SEMESTRÁLNÍ PRÁCE



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

SP se skládá z představení výsledků z analýz a návrhů.

Termín odevzdání do IS: 17. 5. 2024

Témata:

- Marketingový mix a strategie trhu,
- Obchodní jednání a mezinárodní rozměr,
- Řízení rizik,
- Optimalizace prodejních a nákupních procesů.
- Finanční operace a platební styky,
- Logistika a distribuční strategie,
- Elektronický obchod a digitalizace.



DOTAZY?



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

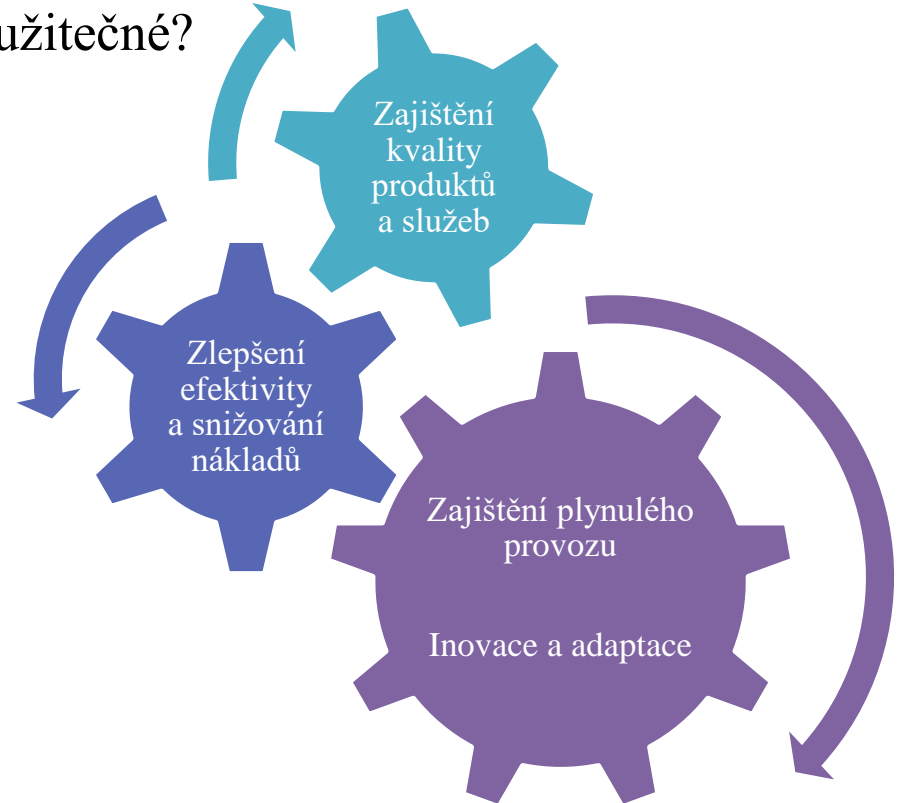


MOTIVACE K PŘEDMĚTU



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Co očekáváte, že se v tomto předmětu naučíte?
- K čemu Vám učivo předmětu může být užitečné?
- Proč budete chodit na přednášky?



Východiska obchodních operací

- Marketingový mix obchodníka
- Pojetí obchodu
- Definice obchodních operací

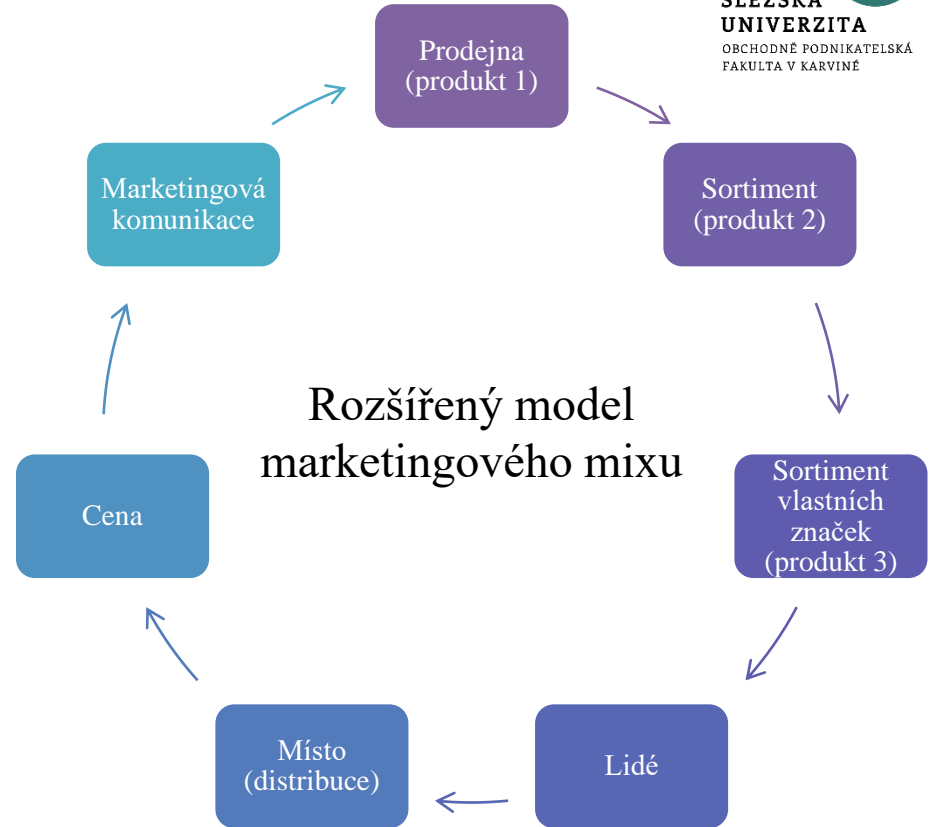


SPECIFIKA MARKETINGOVÉHO MIXU OBCHODNÍKA



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Využívání souboru taktických marketingových nástrojů pro dosažení **marketingových cílů firmy**.
- Od původního marketingového mixu k jeho rozšíření pro dosahování cílů ve specifických oborech podnikání.
- Jiná **významnost jednotlivých složek** u obchodní firmy nežli u výrobní firmy.
- Pozor na rigidní držení se **vymezení marketingového mixu** při aplikování marketingových principů v podnikatelské činnosti.



SPECIFIKA MARKETINGOVÉHO MIXU OBCHODNÍKA



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Pořadí a vymezení složek marketingového mixu obchodní firmy dle jejich důležitosti:

DISTRIBUCE

CENA

PRODUKT

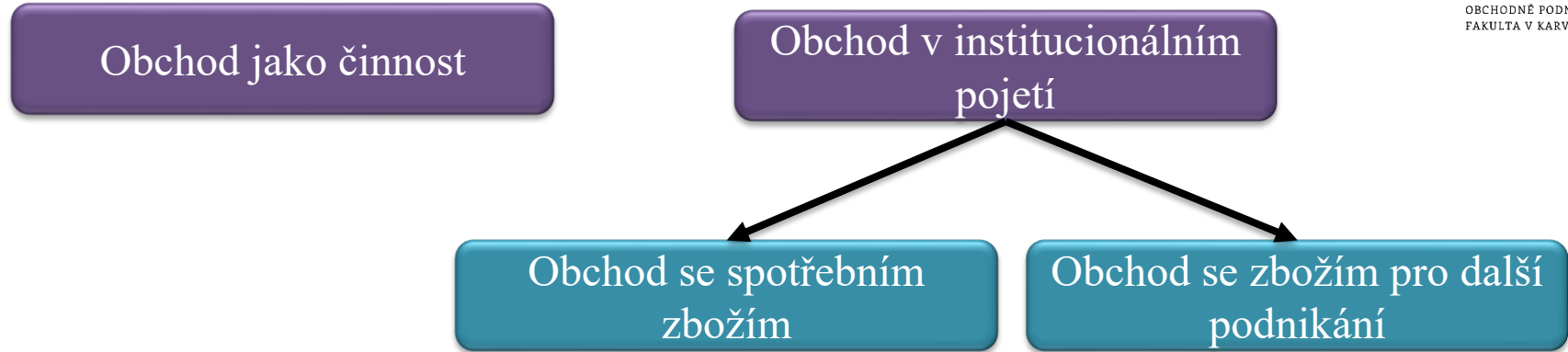
MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE

?

POJETÍ OBCHODU



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ



Klasifikace obchodních činností dle rozsahu působnosti obchodu:

Vnitřní obchod

Zahraniční obchod

Mezinárodní obchod

KLASIFIKACE OBCHODNÍCH ČINNOSTÍ



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

VNITŘNÍ OBCHOD

- Představuje působnost na celostátním a regionálním trhu – dispozice se zbožím na území jednoho státu, prodávající a kupující jsou subjekty domácího trhu.
- Spadají sem jak obchody se spotřebním zbožím, tak se zbožím pro další podnikání.
- I přes postupující globalizaci se jedná stále o významný segment hospodářství.
- Má celou řadu výhod a je stále ekonomicky i časově nejméně náročný.
- Míra národního citění spotřebitelů nahrává obchodům s tuzemským zbožím.



DEFINICE OBCHODNÍCH OPERACÍ



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Obchodování je nakupování a prodávání zboží a služeb (Mulačová et al., 2013).
- Operace je provádění konkrétní aktivity.

Obchodní operace jsou souhrnem aktivit podporujících nákup a prodej produktů



Výběr správného typu operace pro konkrétní obchodní případ
Výběr správného typu dokumentů a dodacích podmínek
Příprava na obchodní jednání
Analýza rizik, jejich vyhodnocení a zajištění
Plánování a řízení nákupních a prodejních procesů
Řízení pohledávek
Nastavení elektronizace pohybu zboží...

Východiska obchodních operací

- Funkce obchodních operací
- Faktory ovlivňující proces provádění obchodních operací
- Typy obchodních operací na domácím trhu



FUNKCE OBCHODU



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Celkově můžeme hovořit
o šesti funkcích obchodních
operací:



FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ PROCES PROVÁDĚNÍ OBCHODNÍCH OPERACÍ



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Každá obchodní operace v má určitý specifický průběh, který bývá ovlivněn především následujícími aspekty (Machková a kol., 2014):

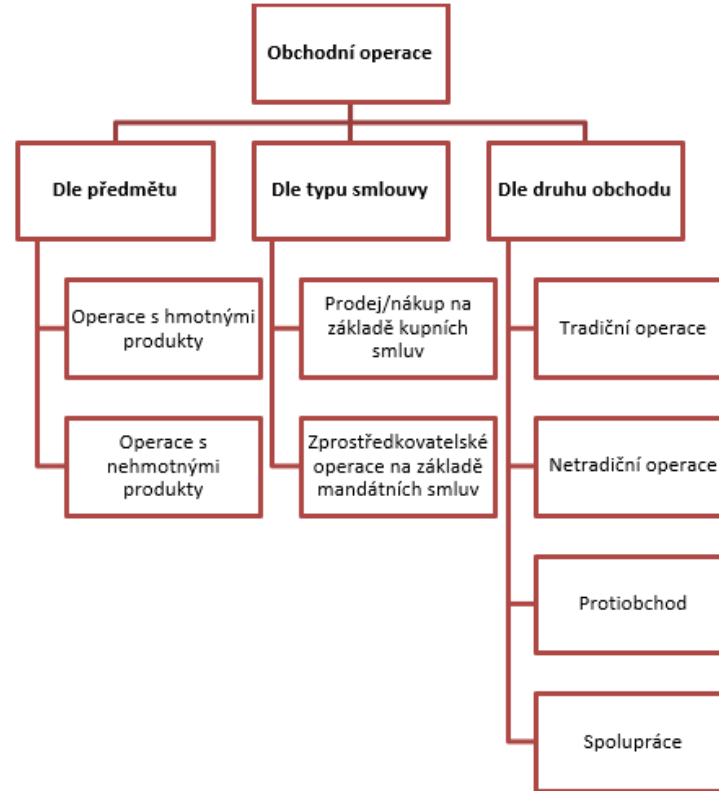
- typ zboží,
- charakter příslušného trhu,
- obchodněpolitická situace,
- zvolená distribuční cesta,
- rozsah a četnost obchodování s daným obchodním partnerem, jeho právní a finanční status,
- způsob obchodního jednání obchodního partnera.



TYPY OBCHODNÍCH OPERACÍ NA DOMÁCÍM TRHU



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ



Východiska obchodních operací



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Obchodní operace dle druhu obchodu, využívané na domácím trhu
 - Tradiční obchodní operace
 - Netradiční obchodní operace
 - Countertrade
 - Ostatní typy obchodních operací

OBCHODNÍ OPERACE DLE DRUHU OBCHODU



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Společným rysem je skutečnost, že jejich těžiště je v samotné směnné oblasti a že jsou výsledkem výroby pro **převážně známé spotřebitele**



OBCHODNÍ OPERACE DLE DRUHU OBCHODU – MEZINÁRODNÍ POJETÍ



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Tradiční obchodní operace

Operace založené
na smlouvách

- Nákup
- Přeprava
- Zastoupení
- Pojištění

Netradiční obchodní operace

Protiodběry

Reciprocita

Deblokace
pohledávek

Countertrade

Barter

Kompenzace

Paralelní obchod

Junktim

Buy back

Clearing

Industrial offset

Ostatní typy obchodních operací

Reexporty

Dlouhodobé
kontrakty

Burzovní a aukční
obchody

Switche

Traťové operace

Devizové arbitráže

**Proč firmy
obchodují
prostřednictvím
Countertrade
obchodních
operací?**



TRADIČNÍ OBCHODNÍ OPERACE



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

➤ Operace založené na smlouvách

NÁKUP

PŘEPRAVA

ZASTOUPENÍ

POJIŠTĚNÍ



NETRADIČNÍ OBCHODNÍ OPERACE



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

PROTIODBĚRY

- Založeny na záměru kupujícího využívat vlastní dovozy k podpoře vlastních vývozů

RECIPROČNÍ OPERACE

- Na základě negociační váhy zboží umožňuje rozšíření obchodu i v kontingentech již dřívějšími dodávkami vyčerpaných

DEBLOKACE POHLEDÁVEK

- Proces, při kterém se pohledávka, která byla dříve zaznamenána jako nedobytná, vrátí do aktivního stavu



COUNTERTRADE – obecný pohled využití



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Countertrade je výměna **zboží nebo služeb**, které jsou zcela nebo zčásti zaplacený za **jiné zboží nebo služby**, nikoli za peníze. (Czinkota, 2021)

Co může být důvodem, že firmy obchodují tímto způsobem?

- Nedostatek tvrdé měny
- Není možné obchodovat na jiných trzích
- Slabá nebo devalvovaná měna vůči měně jiné země (rozvojové země)

Příklad: V posledních letech docházelo k poklesu venezuelské měny, která klesala vůči americkému dolaru. Pro Venezuelu tak bylo nevýhodné prodávat svou ropu do Spojených států. Countertrade je v tomto případě finančně výhodnější.



COUNTERTRADE – typy operací na domácím trhu



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

BARTEROVÝ OBCHOD

- Je čistý výměnný obchod zboží za zboží
- Nedochází k žádnému peněžnímu toku
- Je uzavřený jednou smlouvou mezi dvěma partnery

V dnešní době stále více vyhledávaný → lze se s ním setkat na příklad u sponzorů, reklamních agentur, řemeslníků a živnostníků

Příklad

Sponzorský dar – Nákup pohonných hmot pro závodní automobil výměnou za umístění reklamy na vozidlo

Řemeslník – domluva s dodavatelem na vybavení dílny – uhrazení svými výrobky



COUNTERTRADE – typy operací



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

KOMPENZAČNÍ OBCHOD

- Nejstarší typ obchodní operace v obchodní činnosti
- Uzavřen jedinou smlouvou, která má dva stupně (úplná kompenzace/částečná kompenzace)
- Je možné odstoupit od povinnosti zpětného nákupu nebo ji převést na třetí osobu

„BUY BACK“

- Obchod spojený se zpětným odběrem, kdy prodávající akceptuje úplnou nebo částečnou platbu ve výrobcích, vyprodukovaných na jeho prodané technologii/zařízení/strojích
- Využíváno spíše v mezinárodních obchodních operacích

„BUY BACK“

Podají se Vám najít příklad této operace na domácím trhu?

Příklad

K této situaci například dochází v případě, kdy firma postaví v dané zemi závod nebo jí dodá technologii, vybavení, školení či jiné služby a souhlasí s tím, že si vezme určité procento z produkce závodu jako částečnou platbu za zakázku.

→ Strana A postaví v zemi B závod na zpracování soli a poskytne této rozvojové zemi kapitál. Země B na oplátku platí straně A soli z tohoto závodu.





Proč firmy obchodují prostřednictvím Countertrade obchodních operací?



OSTATNÍ TYPY OBCHODNÍCH OPERACÍ



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

RÁMCOVÉ OBCHODY NA ZÁKLADĚ DLOUHODOBÝCH KONTRAKTŮ

- Využívají se v obchodě se surovinami s cílem stabilizovat dodávku a odběr.

OBCHODY BURZOVNÍ A AUKČNÍ

- Burzovní operace dělíme na operace efektivní a na operace diferenciační. Obchoduje se s vysoce zastupitelným, avšak nepřítomným zbožím.
- Aukční operace uzavíráme na aukcích s přítomným zbožím dle aukčních zvyklostí.

Obrázek č. 2: Sotheby's aukční síň²



² Nejstarší a největší mezinárodní firma pořádající aukce výtvarného umění na světě



Na jaké kategorie můžeme rozdělit obchodní operace dle druhu obchodu?



ÚKOL ZA 3 BODY



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Najděte na domácím trhu celkově tři příklady realizovaných obchodních operací, které spadají do netradičních obchodních operací/countertrade operací/ostatních typů obchodních operací.

- Krátce je popište a uveďte o jaký typ obchodní operace se jedná
- Uveďte zdroje informací.

Termín: do dalšího tutoriálu vložte vypracované do odevzdávnice.

Úkol lze zpracovat samostatně, nebo v týmu max. 3 studentů.



Východiska obchodních operací

- Obchodní kategorie
- Prostředníci obchodní činnosti

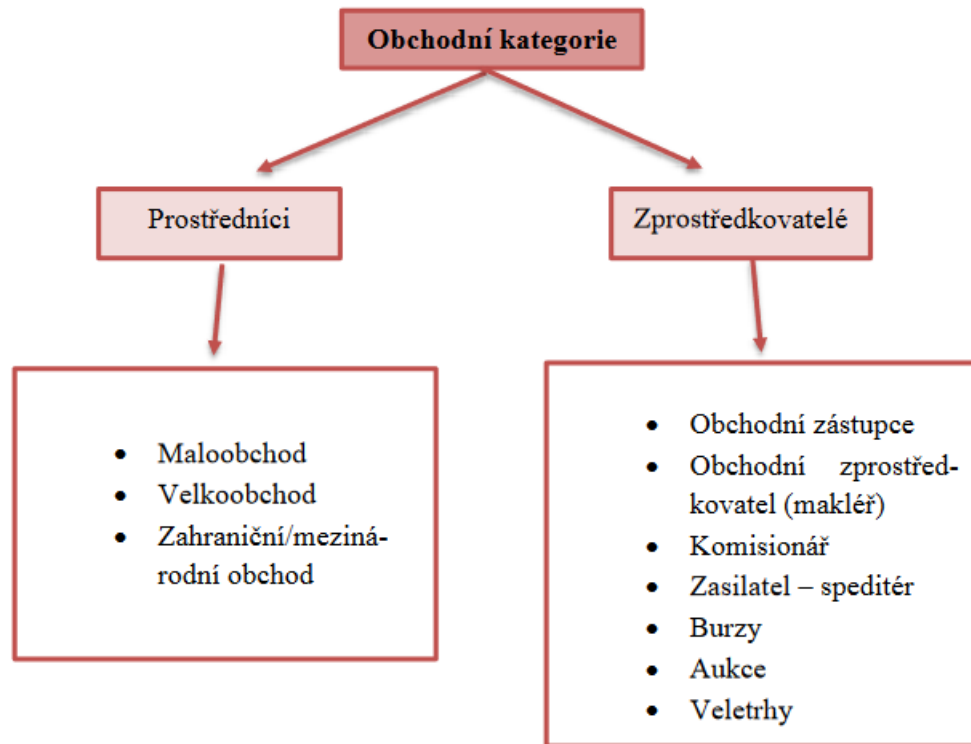


MOO DLE TYPU KONTRAKTU



SLEZSKÁ
UNIVERZITA

- Základní modely obchodních vztahů mezi jednotlivými články nazýváme **obchodní kategorie** (Mulačová et al., 2013).
- Specifické:
 - pohybem zboží v rámci celého řetězce
 - principy přechodu vlastnictví
 - finančními mechanismy transakcí





CO JE TO RETAILING?

(PROSTŘEDNÍK V RÁMCI
OBCHODNÍ KATEGORIE)



RETAILING



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

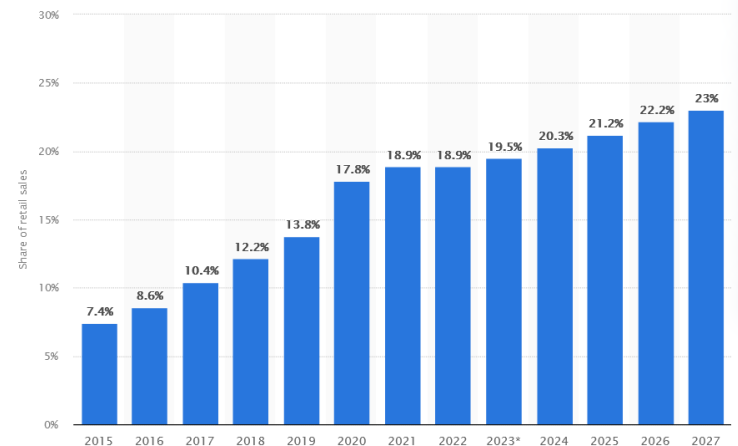
Retailing je „mezinárodně chápaný maloobchod plně vybavený celým logistickým zázemím a vysoce kvalifikovaným informačním systémem s profesionálním managementem” (Szczyrba, 2006)

- **Mezinárodní charakter**
- **Elektronický retailing** (e-tailing) – dopad na odvětví logistiky -> rozvoj specializovaných center (e-fulfilment center)
- **Společný retailing**
 - H&M Group a Remondis - sběr, zpracování a další prodej nepotřebného oblečení
 - Microsoft and General Electric



caradigm.

Obrázek č. 1: Prognóza online prodeje do roku 2027



Zdroj: Statista, 2023



RETAILING



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARLOVÝCH VARECH

Top 10 nejlepších retailerů
na světě (2012):

1. **Wal-Mart Stores, Inc.**
2. **Tesco PLC**
3. **Carrefour SA**
4. Costco Wholesale Corporation
5. Kroger Company
6. Schwarz
7. Metro Group AG
8. The Home Depot, Inc
9. Aldi
10. Target Corporation

Top 10 nejlepších retailerů
na světě (2019):

1. **Wal-Mart Stores, Inc.**
2. Costco Wholesale Corporation
3. Kroger Company
4. Walgreens Boots Alliance, Inc.
5. **Tesco PLC**
6. **Carrefour SA**
7. Amazon.com, Inc.
8. Metro Group AG
9. The Home Depot, Inc
10. Target Corporation

Top 10 nejlepších retailerů
na světě (2022):

1. **Wal-Mart Stores, Inc.**
2. Amazon.com, Inc.
3. Schwarz Group
4. Aldi.
5. Costco
6. Ahold Delhaize.
7. **Carrefour SA**
8. Ikea
9. Seven & I
10. The Home Depot

Proč je pro firmu výhodné sledovat žebříčky TOP firem v oboru?

Východiska obchodních operací

- Zprostředkovatelé obchodní činnosti



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

ZPROSTŘEDKOVATELÉ



SLEZSKÁ
UNIVERZITA

- „servisní složka“ – služba pro obchodní činnost
- Spíše* nepořizují zboží, neplatí za něj, nejsou nositeli plného podnikatelského rizika
- Provizní báze
- Role: **zajištění účinné interakce nabídky a poptávky**
 - Vyhledávají trhy pro nákup nebo prodej určitého zboží
 - Vytipovávají obchodní partnery
 - Dojednávají podmínky pro konkrétní obchodní případy
 - Organizují jednotlivé fáze obchodního jednání

Obchodní cestující

Obchodní zástupce

Obchodní zprostředkovatel

Komisionář

Speditér

Burzy, aukce a veletrhy

*neplatí pro obchodní cestující

OBCHODNÍ CESTUJÍCÍ



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Zvláštní případ zprostředkovatele, který je **zaměstnancem firmy, pro jejíž sortiment se snaží zajistit odbyt** (je pracovníkem dodavatele)
- Jedná jménem dodavatele, na jeho účet a podnikatelské riziko
- Činnost podobná aktivitám obchodního zástupce – rozdíl v jeho sepjetí a sounáležitosti s firmou dodavatele, která je hlubší
- **Získává objednávky a poskytuje poradenské služby**
- Na výši prodeje je zainteresován **podílem z tržby**

Typickým obchodním cestujícím je prodejce pojištění



Další příklady oblastí, kde působí obchodní cestující: prodej mobilních telefonů pro firemní zákazníky, prodej průmyslového zařízení

OBCHODNÍ ZÁSTUPCE



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- **Samostatný** právní subjekt, vhodné pro jednodušší obchodní modely a sortiment v rámci zahraničního obchodu
- Koná jménem firmy s níž uzavřel **smlouvu o obchodním zastoupení** a na její účet
- Činnosti (80% času stávajícím zákazníkům, 85 % času současným produktům):
 - Vyhledává potenciální odběratele
 - Prezentuje nabídky zastoupené firmy
 - Představuje zboží
 - Distribuuje katalogy, vzorky a ceníky
 - Provádí komplexní jednání směřující k uzavírání obchodní spolupráce
- Uzavření smlouvy většinou již na samotné firmě, nebo na **základě zmocnění**
- Provizní systém

40 % obchodních zástupců si cení nezávislosti, 18 % výš výtěžku*



* Dle studie Jobber & Lancaster – Management prodeje, 2001

OBCHODNÍ ZPROSTŘEDKOVATEL



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Také označován jako makléř
- Je **méně spjat s konkrétní firmou** než obchodní zástupce
- Působí na trhu spíše jako **nezávislý odborný subjekt**
- Jeho úkolem je **nalézat spojení** mezi stranou **nabídky a poptávky**
- **Širší okruh klientů a vyšší fluktuace** nežli u obchodního zástupce
- Jejich činnost zahrnuje **kompletní servis a podporu klientů** v oblasti **sofistikovaných obchodních rozhodnutí**
- Vykonává svou činnost na základě smlouvy o zprostředkování
- Typickými oblastmi jejich činnosti je obchod s cennými papíry, finančnictví, pojišťovnictví, obchod s komoditami

Příklady z oblasti obchodu: obchodní domy, nákupní centra, online prodejní platformy, velkoobchody s potravinami



Odpovědnost za zboží u internetových obchodů – role zprostředkovatele



KOMISIONÁŘ



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Realizuje prodej a nákup **vlastním jménem na cizí účet**
- Oblast působnosti v **klasickém obchodním podnikání**, ale také v oblasti **cenných papírů a obdobných finančních instrumentů**
- Vzájemný vztah mezi komitentem a komisionářem je upraven komisionářskou smlouvou
- Komisionář je komitentem odměněn za realizaci úspěšného obchodu
 - V případě nákupu je komisionáři uhrazena cena vyšší o jeho provizi
 - V případě prodeje je cena realizační o tuto provizi vyšší



SPEDITÉR



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Speciální kategorie komisionáře – **zabývá se přepravou, logistikou a souvisejícími aktivitami**
- Jedná vlastním jménem na **účet příkazce**
- Poskytuje komplexní služby v oblasti dopravy:
 - obstarává přepravu zásilek,
 - plánuje a řídí dopravní cesty,
 - obstarává dopravní prostředky,
 - řídí logistiku,
 - zajišťuje skladování a překládání zásilek,
 - vyřizuje různá povolení,
 - komunikuje se zákazníky,
 - koordinuje procesy přepravy zboží na místo určení
- Na kvalitě speditéra záleží včasné a bezproblémové doručení zásilky

Trendy pro rok
2023 v této oblasti:
AI, implementace
IoT, udržitelnost...



Náhodné a neočekávané události jako je pokračující efekt pandemie Covidu-19, zablokování Suezského průplavu, válka na Ukrajině → obrovský rušivý vliv na dodavatelské řetězce

BURZY



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Specifický systém pro obchodování se **specifickým sortimentem**
- Obchodování s **hromadným, zastupitelným a nepřítomným zbožím**
- Typický sortiment:
 - Cenné papíry
 - Měny
 - Komodity
- Realizovány prostřednictvím makléřů, přímý kontakt mezi kupujícím a prodávajícím je spíše výjimečný
- Většina objemu transakcí realizovaných na burze má spíše **charakter investiční aktivity** než klasické obchodní činnosti (snaha o zhodnocení vložených prostředků s využitím spekulace na vývoj ceny obchodovaných aktivit – operace diferenciační), přičemž výjimkou, a tedy skutečným příkladem z oblasti klasického obchodu se zbožím, je pořizování komodit pro potřeby dalšího podnikání (**operace efektivní**)



AUKCE



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Specifický typ – veřejná dražba, v níž přítomní uchazeči soutěží formou postupného zvyšování nabídek na koupi majetku
- Oproti burze **je možné prodat i menší množství zboží**
- Většina aukcí má **velkoobchodní charakter**, zboží slouží k dalšímu obchodu
- **Maloobchodní charakter** – aukce nemovitostí nebo starožitností
- Organizovány profesionálními poskytovateli
- Internetové aukce (zefektivnění a zlevnění procesu)

Obrázek č. 2: Aukce bílého diamantu The Rock



Zdroj: iDNES, 2022

VELETRHY



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Jedná se o **místní koncentraci nabídky a poptávky** v určitém **sortimentním zaměření** na určitém **místě** a v určitém **čase**
- Organizátoři veletrhů vystupují jako **klasičtí zprostředkovatelé** – vystavovatelé platí za prostor na akci, za podíl na marketingu akce a souvisejících službách
- Jednotlivé obchody jsou realizovány přímo mezi vystavovateli (prodejci) a návštěvníky (kupujícími)
- Jejich úlohou je především **efektivní a přímý marketing**, podrobné seznámení s vystavovanými **vzorky**, což vede k usnadnění realizace následných obchodních transakcí

Příklady: trhy s koňmi, Comic Con International,
CONEXPO-NOC/AGG





Na jaké kategorie můžeme rozdělit obchodní operace dle druhu obchodu?



Realizace obchodních operací na domácím trhu

➤ Dovozní operace

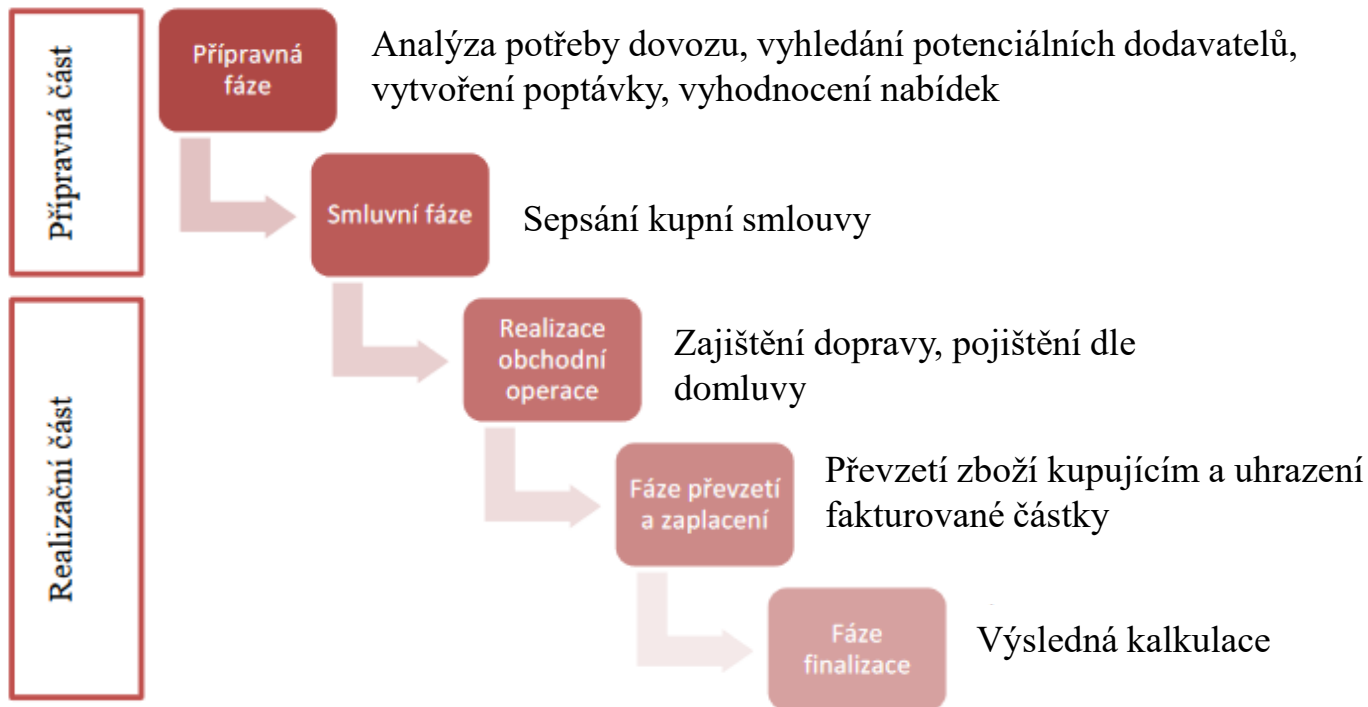
- Fáze realizace obchodních operací
 - Přípravná fáze
 - Smluvní fáze
 - Realizace obchodní operace
 - Fáze převzetí a zaplacení
 - Fáze finalizace



FÁZE REALIZACE OBCHODNÍ OPERACE NA DOMÁCÍM TRHU – dovozní operace



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
ŠKOLA V KARVINĚ



PŘÍPRAVNÁ FÁZE – ANALÝZA POTŘEBY DOVOZU



SLEZSKÁ
UNIVERZITA

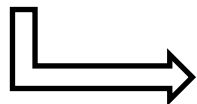
- Etapa rozhodování o výhodnosti dovozu
- Rozhodování založeno na souboru průzkumů domácího trhu
- Cílem je zjistit, zda je určité zboží na domácím trhu, pokud ne, tak se formulují požadavky na dovoz
- Základními požadavky jsou například požadavky na druh zboží, jeho kvalitu, technické parametry, množství a maximální cena



Průzkum trhu



První krok – sekundární
průzkum



Druhý krok – primární
průzkum

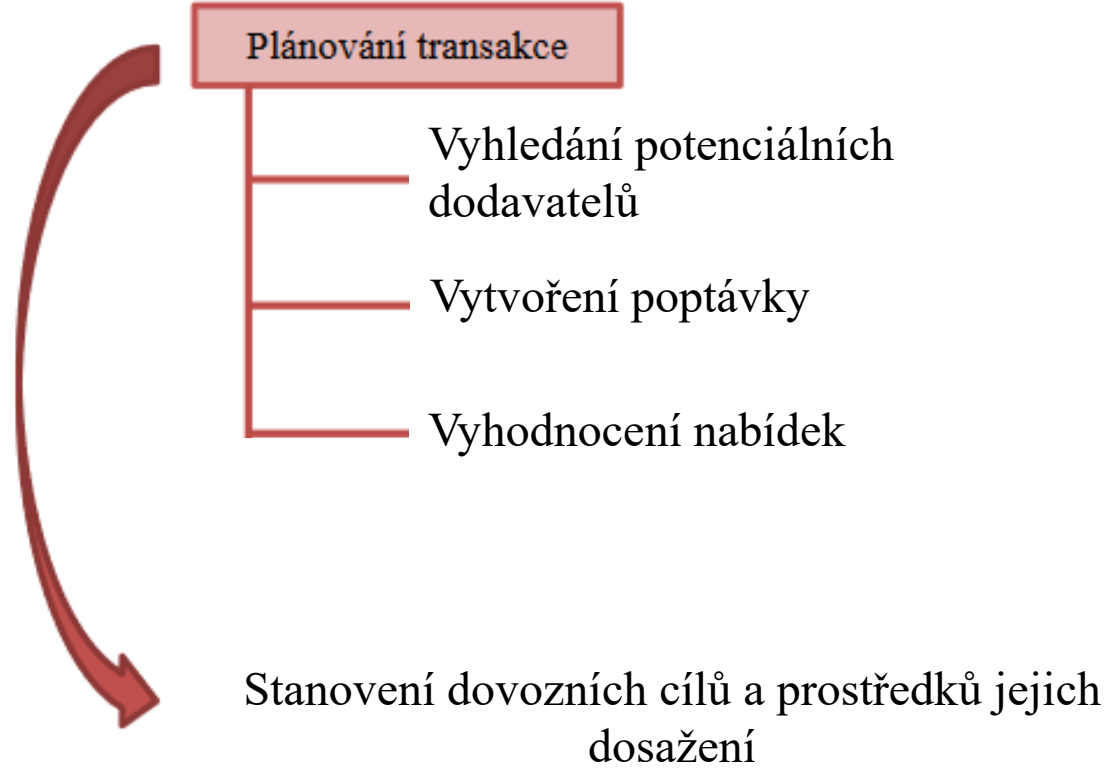
Aktivity v rámci průzkumu trhu:

1. získání důležitých informací o trhu a jednotlivých subjektech na něm působících (zákazníci, konkurence, dodavatelé, stát atd.);
2. segmentace trhu a vymezení cílové skupiny zákazníků;
3. kvantifikace velikosti jednotlivých segmentů a predikce možného objemu prodeje;
4. podrobná analýza přímé konkurence i dalších subjektů, které nás mohou na trhu ovlivňovat;
5. testování změn i novinek, které chceme realizovat.

PŘÍPRAVNÁ FÁZE - PLÁNOVÁNÍ TRANSAKCE

- Pokud jsou na základě analýz identifikovány potřeby dovozu a existují dostatečné příležitosti na domácím trhu, pak je další fází plánování transakce

**Jaké informace jsou pro dovozce o dodavateli důležité?
Odkud je může získat?**



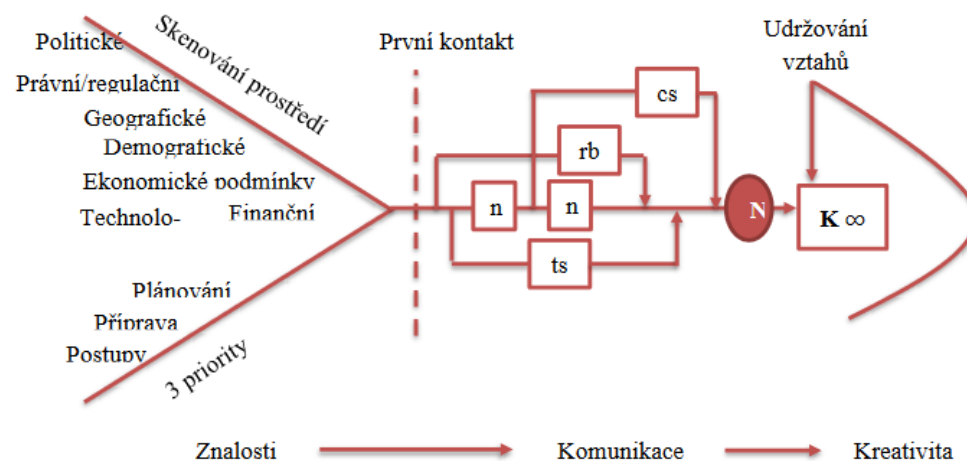
SMLUVNÍ FÁZE



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Obsahem smluvní fáze je uzavření smlouvy na základě předchozího jednání
- Mezinárodní vyjednávání se v mnoha důležitých ohledech liší od domácího vyjednávání a vyžaduje jiný soubor znalostí a dovedností (schopnost vypořádat se se složitostí, jazyková připravenost, kulturní empatie, dovednosti budování důvěry)
- Vyjednávání na **mikroúrovni**
- Vyjednávání na **makroúrovni**
- Pozor na **pravidla** v mezinárodním obchodním vyjednávání
- **Kupní smlouva** (dodací parita, pravidla INCOTERMS)
- Smlouva o **obchodním zastoupení**

Obrázek č. 3: Mezinárodní vyjednávací proces „Ryba“



Zdroj: Requejo a Graham, 2014, vlastní úprava

REALIZACE OBCHODNÍ OPERACE



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Cílem této fáze je **splnit kupní smlouvu** v závislosti na tom, jak byla uzavřena
- Mezi **konkrétní činnosti** patří: zajištění dopravy, zajištění pojištění zboží, kontrola, převzetí zboží a jeho zaplacení.
- Hlavní obchodní jednotkou je **obchodní transakce** – obchodní činnost se skládá ze série jednotlivých obchodních transakcí – struktura je odlišná a mají na ni vliv faktory jako je předmět OT, účastníci, distribuční cesta, rozdělení materiálových a časových nákladů, zajištění finančních zdrojů, řízení rizik.
- **Složitost jednotlivých operací** se odráží také v počtu a typech použitých dokumentů:
 - Obchodní dokumenty, doklady pro celní účely, přepravní a skladovací dokumenty, platební a úvěrové dokumenty, pojistné dokumenty, dovozní licence, osvědčení o původu zboží a další certifikáty, které EU vyžaduje v případě dovozu z nečlenské země.



FÁZE PŘEVZETÍ A PLACENÍ



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- **Kupující si převezme zboží a zaplatí dohodnutou cenu prodávajícímu, kterou si dohodli v platební podmínce**
- V každé kupní smlouvě je vhodné podrobně a přesně stanovit podmínky, za kterých bude platba za zboží probíhat – platební podmínka zásadně ovlivňuje nejen výši konečné kupní ceny, ale odráží i některá rizika (riziko zpožděných plateb, platební neschopnosti, nevůle). Způsob platby má vliv i při samotném výběru dodavatele.
- Pro zadání mezinárodní platby je nutné znát IBAN (mezinárodní formát čísla účtu) – v rámci EU
- Je vhodné znát SWIFT kód (BIC) – mezinárodní kód banky (výjimkou jsou některé banky v USA, které BIC nepoužívají a používají ABA kód)
- Spojené arabské emiráty – je potřeba zadávat také kód účelu platby
- Typ platby má vliv na poplatek za platbu – SEPA platby bývají většinou zdarma
- Pozor na časovou náročnost zahraniční platby



FÁZE FINALIZACE OBCHODNÍ OPERACE



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Dochází k ní po zaplacení dodávky – řeší se:
 - **Výsledná kalkulace**
 - Prostřednictvím výsledné kalkulace se zjišťuje výsledek hospodaření dovozu. Vychází se ze skutečně vynaložených nákladů. Výsledná kalkulace poslouží jako důležitá dokumentace pro stanovení ceny u dalších dovozů.
 - **Reklamační řízení**
 - Probíhá podle Úmluvy OSN o smlouvách o mezinárodní koupi zboží (vady zjevné, vady skryté)



DOTAZY?



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ





SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Děkuji za pozornost



POUŽITÉ ZDROJE A LITERATURA



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

1. UNCTAD, 2020. Key statistics and trends in international trade. Dostupné z: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab2020d4_en.pdf
 2. FERNIE, J., S. FERNIE and CH. MOORE, 2015. *Principles of retailing*. 2nd ed. New York: Routledge. ISBN 978-1-138-79194-7.
 3. LAMBA, A. J., 2002. *The Art Of Retailing*. New Delhi: Tata McGraw-Hill Education. ISBN 978-0-07-463717-3.
 4. MACHKOVÁ H., E. ČERNOHLÁVKOVÁ and A. Sato, 2014. *Mezinárodní obchodní operace*. 6th ed. Praha: Grada Publishing a.s. ISBN 978-80-247-4874-0.
 5. MULAČOVÁ, V. and P. MULAČ, 2013. *Obchodní podnikání ve 21. století*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4780-4.
 6. NEWMAN, A. and P. CULLEN, 2002. *Retailing: Environment & Operations*. Mason: Cengage Learning EMEA. ISBN 978-1-86152-533-8.
 7. PRAŽSKÁ, L. and J. JINDRA, 2002. *Retail Management*. 2nd ed. Praha: Management Press. ISBN 80-7261-059-7.
 8. SINGH, R., 2009. *International Trade Operations*, 2nd ed. New Delhi: Excel Books. ISBN 978-81-7446-735-5.
 9. ŠTĚRBOVÁ, L., I. ČERNÁ, R. ČAJKA, and I. BOLOTOV, 2013. *Mezinárodní obchod ve světové krizi 21. století*. Praha: Grada Publishing, a. s. ISBN 978-80-247-4694-4.
 10. SZCZYRBA, Z., 2006. *Geografie obchodu - se zaměřením na současné trendy v maloobchodě*. Olomouc: Univerzita Palackého., ISBN 978-80-244-1453-9.
 11. Web portal Businessinfo [online] [04.07.2019]. Available at: <https://www.businessinfo.cz/cs/clanky/mezinarodni-institute-v-mezinarodnim-obchode-23486.html#!&chapter=1>.
 12. Web portal Investopedia [online] [06.07.2019]. Available at: <https://www.investopedia.com/articles/markets/122415/worlds-top-10-retailers-wmt-cost.asp>.
 13. ZENTES, J., D. MORSCHETT, and H. SCHRAMM-KLEIN, 2016. *Strategic Retail Management: Text and International Cases*. 3rd ed. New York: Springer. ISBN 978-3-658-10183-1.
-

POUŽITÉ ZDROJE A LITERATURA



SLEZSKÁ

1. BHATIA, S.C., 2008. *Retail Management*. New Delhi: Atlantic Publishers & Dist. ISBN 978-81-269-0981-0.
 2. GAUGHAN, P.A., 2017. *Mergers, Acquisitions, and Corporate Restructurings*. 6th ed. New Jersey: John Wiley & Sons. ISBN 978-1-119-38073-3.
 3. MUKHERJEE, A. and N. PATEL, 2005. *FDI in Retail Sector*. New Delhi: Academic Foundation. ISBN 978-81-7188-480-3.
 4. MULAČOVÁ, V. and P. MULAČ, 2013. *Obchodní podnikání ve 21. století*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4780-4.
 5. RAFIQ, M., 2014. *Principles of Retailing*. 2nd ed. London: Macmillan International Higher Education. ISBN 978-1-137-35451-8.
 6. Web portal ČEB [online] [14.07.2019]. Available at: <https://www.ceb.cz/en/about-us/history/>.
 7. Web portal CUZK [online] [13.07.2019]. Available at: <https://geoportal.cuzk.cz/mapycuzk/#wmcid=1059>.
 8. Web portal Czech Statistical Office [online] [12.07.2019]. Available at: <https://www.czso.cz/csu/czso/cri/zahranicni-obchod-kveten-2019>.
 9. Web portal CzechInvest [online] [14.07.2019]. Available at: <https://www.czechinvest.org/en/About-CzechInvest/About-Us>.
 10. Web portal CzechTourism [online] [14.07.2019]. Available at: <https://www.czechtourism.cz/>.
 11. Web portal CzechTrade [online] [14.07.2019]. Available at: <https://www.czechtrade.cz/sluzby>.
 12. Web portal Deloitte, 2019 [online] [11.07.2019]. Available at: <https://www2.deloitte.com/cz/cs/pages/deloitte-analytics/articles/vyhled-ceske-ekonomiky-na-rok-2019.html>.
 13. Web portal EGAP [online] [14.07.2019]. Available at: <https://www.egap.cz/en/profile>.
 14. Web portal Global Powers of Retailing 2019 [online] [10.07.2019]. Available at: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Consumer-Business/cons-global-powers-retailing-2019.pdf>
-