

Obchodní operace

Úvod do studia

Téma: Východiska obchodních operací – první část



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Ing. Radka Bauerová, Ph.D.

Přednáška č. 1

21. 2. 2024

Obsah přednášky

1. Úvodní informace o kurzu
2. Marketingový mix obchodníka
3. Pojetí obchodu
4. Definice obchodních operací
5. Rozdíly mezi vnitřním, zahraničním a mezinárodním obchodem
6. Funkce obchodních operací
7. Faktory ovlivňující proces provádění obchodních operací
8. Nejvíce využívané obchodní operace na domácím trhu dle jejich druhu



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.

Dne 28. 2. se zúčastníme přednášky na téma firemní kultura. Sraz bude v 8:55 na B 207 a společně následně půjdeme na přednášku odborníka z praxe. Prosím všechny, aby přišli včas.

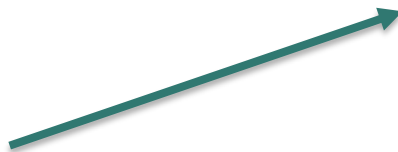


POŽADAVKY NA ÚSPĚŠNÉ ABSOLVOVÁNÍ PŘEDMĚTU

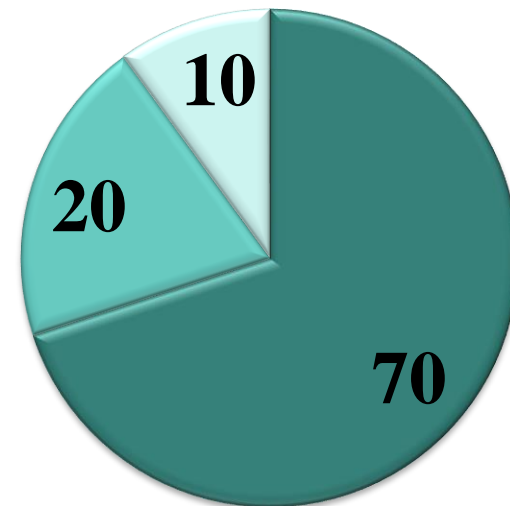


SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

1. Vypracovat semestrální **projekt**
2. Absolvovat závěrečnou **zkoušku**
3. Účastnit se seminářů v rozsahu **alespoň 50 %**, kde je zapotřebí se aktivně zapojovat do vypracování úkolů a diskuzí nad případovými studii



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



- Písemná zkouška
- Body za prezentaci vypracovaného zadání
- Body za aktivní účast na seminářích

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.

DOTAZY?



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

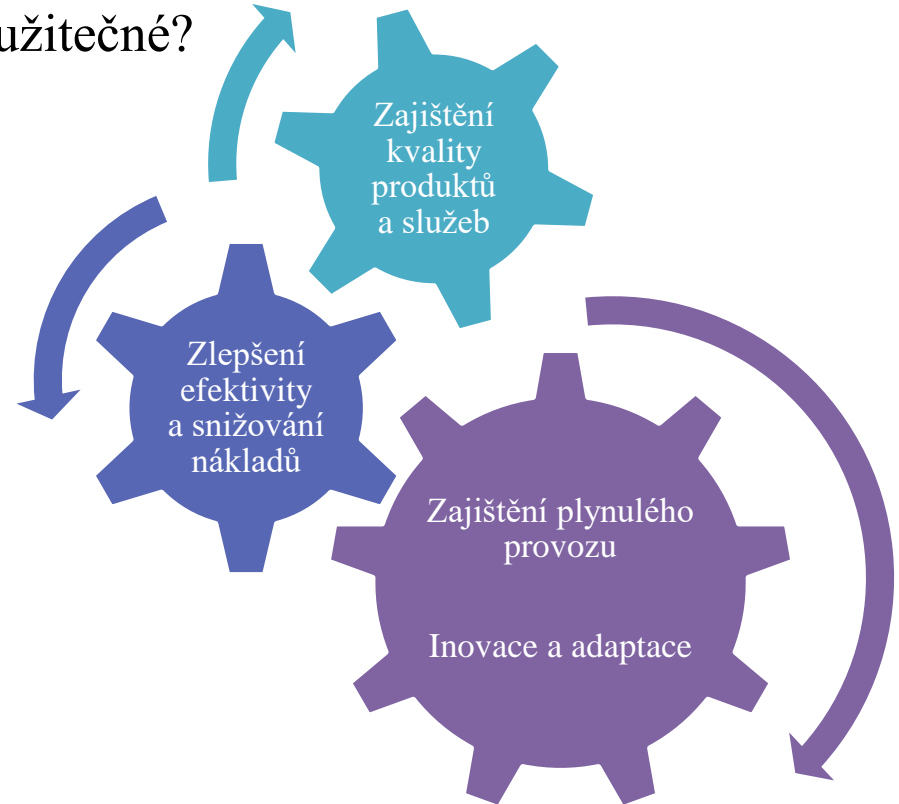


MOTIVACE K PŘEDMĚTU



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

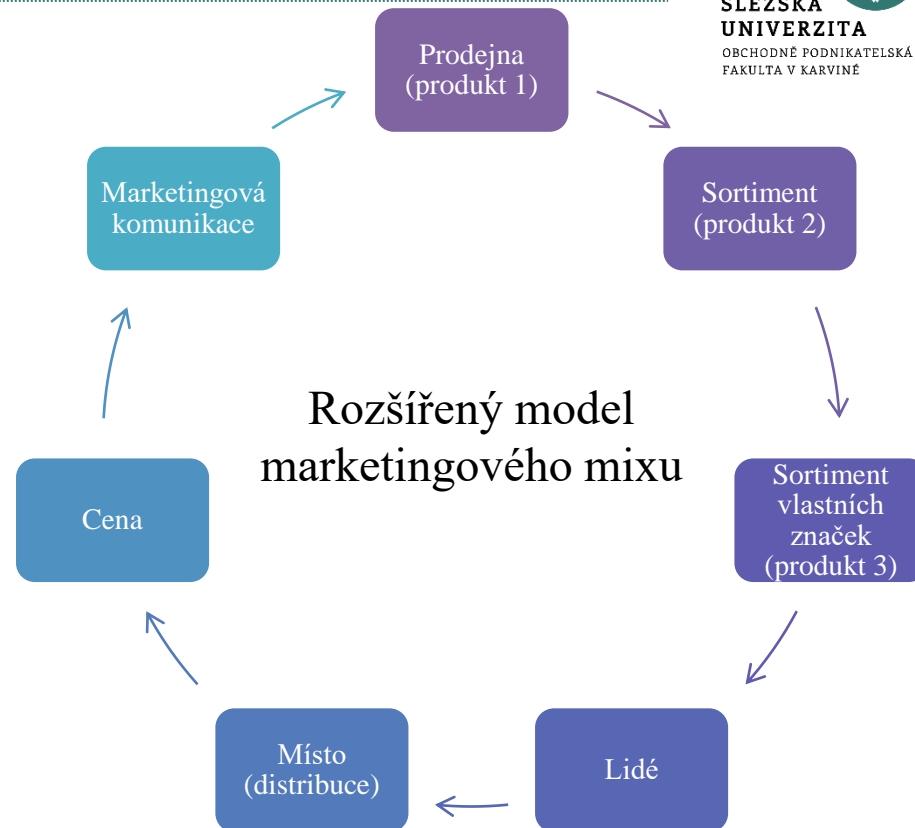


SPECIFIKA MARKETINGOVÉHO MIXU OBCHODNÍKA



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

Co je nejzákladnějším
prvkem
marketingového mixu
u výrobní firmy?



Co je nejzákladnějším
prvkem
marketingového mixu
u obchodní firmy?

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

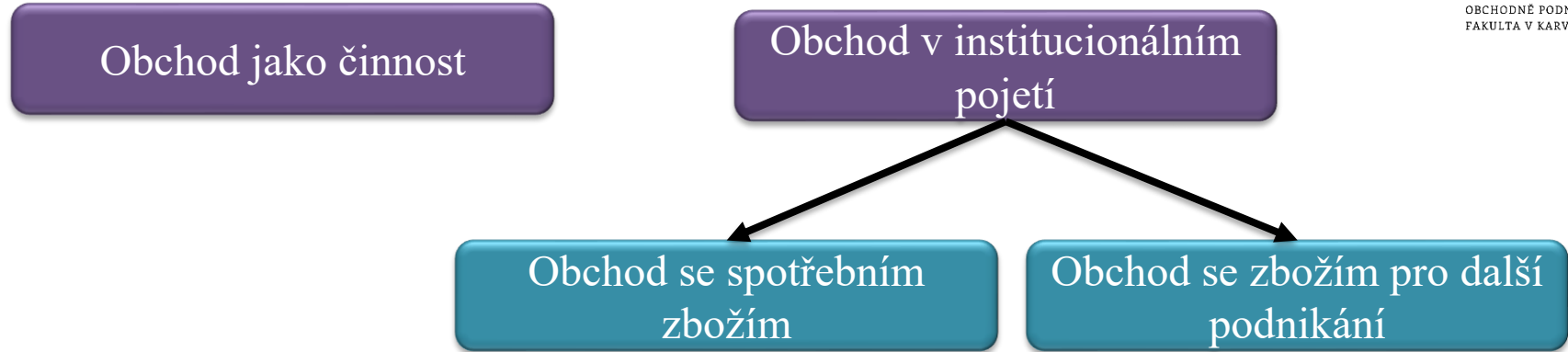
MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE

?

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 cítění 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

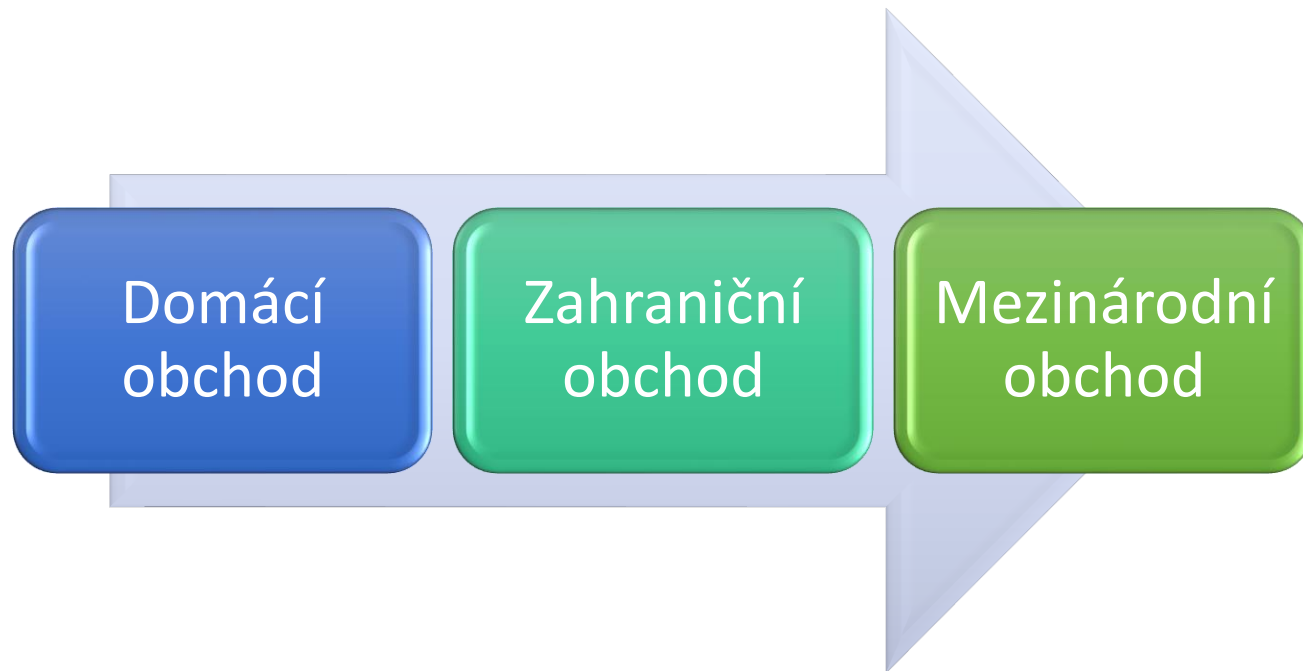
- Funkce obchodních operací
- Faktory ovlivňující proces provádění obchodních operací
- Typy obchodních operací na domácím trhu



FUNKCE OBCHODNÍCH OPERACÍ



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ



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):

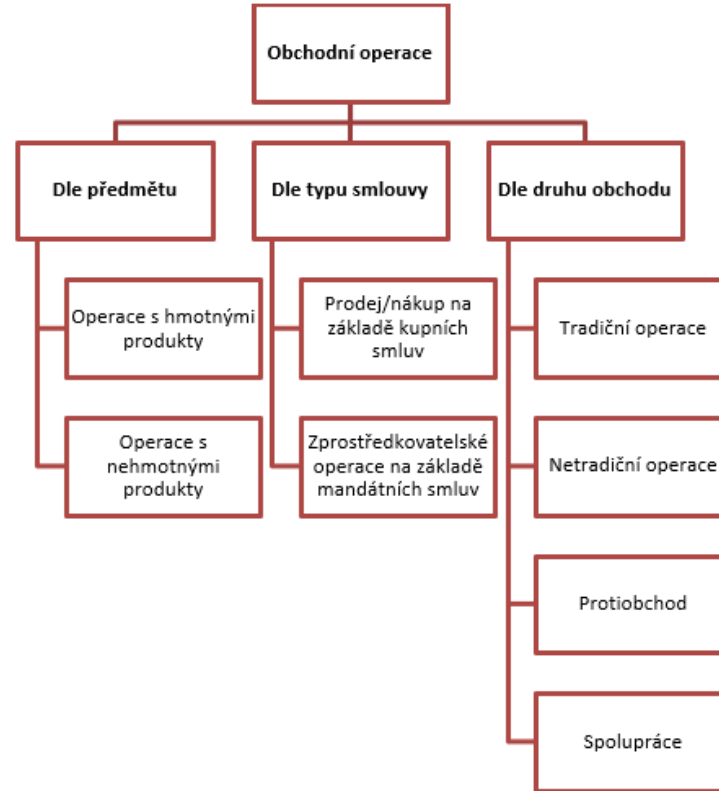
- typ zboží,
- charakter příslušného trhu,
- obchodněpolitická situace,
- zvolená distribuční cesta,
- rozsah a četnost obchodování s daným obchodním partnerem, jeho právní a finanční status,
- způsob obchodního jednání obchodního partnera.



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

Protidoběry

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
- Nedochozí 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?





SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Děkuji za pozornost



Máte dotazy?



Východiska obchodních operací

➤ SHRNU TÍ

- Pořadí a vymezení složek marketingového mixu obchodní firmy dle jejich důležitosti je následující: distribuce, cena, produkt, marketingová komunikace.
- Obchod jako činnost představuje nejobsáhlejší pojetí. Jedná se o obecný náhled na příslušné téma, obchod je zde chápán jako činnost, která spočívá v nákupu a prodeji zboží.
- Obchod v institucionálním pojetí - v tomto přístupu za obchodníky považujeme ty subjekty, u nichž je obchod převažující činností.
- Obchodní operace jsou souhrnem aktivit podporujících nákup a prodej produktů.
- Funkce obchodu – transformační, funkce vyrovnávání trhů, harmonizační, faktor ekonomického růstu, transmisní.
- Mezi typy obchodních operací na domácím trhu dle druhu obchodu řadíme tradiční operace, netradiční operace, protiobchod a spolupráci (neboli ostatní typy obchodních operací).

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.
-