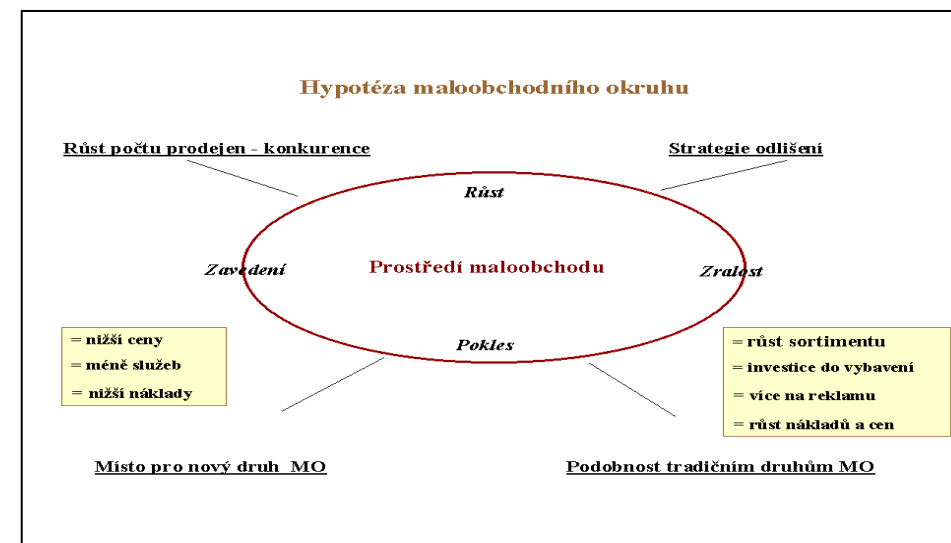


Maloobchod (MO) shrnutí

- **Maloobchod a jeho význam** – prodej konečnému spotřebiteli, vliv na zaměstnanost, ekonomiku, kulturu, životní úroveň, ...výkon maloobchodu a HDP, životní cyklus maloobchodu, druhy maloobchodu...
- **Maloobchod v ČR** - základní informace v prezentaci
- **Životní cyklus (ŽC) maloobchodu** – každá prodejna i druh MO má svůj vývoj, působí na něho různé vlivy, odlišnosti stádií ŽC ve světě, ŽC MO dle Kotlera, zkracování ŽC...

Hypotéza maloobchodního okruhu – místo pro nový druh MOJ na trhu, růst počtu prodejen, strategie odlišení, podobnost tradičním druhům... koloběh...



Praxe: historický rozdíl ve vývoji ŽC

Maloobchod (MO) - shrnutí



Základní členění maloobchodu: druhy maloobchodníků

- **MO v prodejnách** – třídění dle Kotlera, třídění dle Cimlera (bližší evropským podmínkám), třídící znaky (strukturální a instrumentální)

MO mimo prodejní plochy – druhy MO-přímý prodej, automatizovaný prodej, zásilkový obchod, nákupní služba – výhody a nevýhody...

Organizace MO – podnik jednotlivce, obchodní společnosti, dobrovolné řetězce, franchisingové řetězce, obchodní konglomeráty



Praxe: historický rozdíl ve vývoji ŽC, seznamte se strukturálními a instrumentálními znaky obchodního domu, hypermarketu a specializované prodejny, vývoj moderních druhů v ČR, změny v supermarketech, hypermarkety stále posilují svoji pozici v ČR, diskonty v ČR, preference nákupu českých spotřebitelů dle typu prodejny, AVON jako lídr přímého prodeje, e-commerce, maloobchodní síť Brněnka, Tchibo jako obchodní konglomerát.

Velkoobchod a skladování

*Cílem přednášky je
pochopení
opodstatnění existence
velkoobchodu*



Halina Starzyczna
Garant předmětu



Velkoobchod a skladování

Struktura přednášky

Velkoobchod, význam a funkce

Transakcionální teorie

Druhy velkoobchodníků

Členění skladů

Volba skladu dle cílového trhu

Doprava



Definujme si velkoobchod (VO)

VO zajišťuje nákup a prodej zboží v poměrně velkých objemech dalším podnikatelským subjektům pro její činnost.

Dodavatelé: přímo výrobci, jiní velkoobchodníci

Odběratelé: maloobchodní firmy, výrobní podniky, poskytovatelé služeb

VO pracuje se spotřebním zbožím i zbožím pro další podnikání.

Trendy ve VO

- vznik **hybridních** operátorů, u kterých se stírá rozdíl mezi jejich velkoobchodní a maloobchodní činností.
- **horizontální kooperace** – úspora nákladů – společné inženýrské sítě, odstavné plochy, železniční vlečky, kontejnerové překladiště, oplocení...



Které výhody přináší velkoobchod?



Pro koho VO zajišťuje své služby?

- ☐ ● pro **malé výrobce** s omezenými finančními zdroji, kteří si nemohou vybudovat vlastní organizaci pro přímý prodej,
- ☐ ● pro **velké výrobce**, dávající přednost použití volných finančních prostředků na rozvoj výroby než na zajišťování obchodních činností,
- ☐ ● pro **specializaci obchodní činnosti** vedoucí k vyšší efektivnosti,
- ☐ ● pro **tvorbu širokého sortimentu** s velkým množstvím obchodních kontaktů.

Transakcionální teorie (K.Brandt)



Efektivností obchodního zprostředkování se zabýval Brandt (Preistheorie, Ludwigshafen 1960) ve své **transakcionální teorii**.

Platí, že **čím je větší nutnost velkého počtu partnerů při tvorbě sortimentu, tím vyšší je efekt obchodního zprostředkování**, neboť zařazení jednoho mezičlánku mezi výrobce a maloobchod snižuje počet cest k nákupu zboží a snižují se transakční náklady.

Transakcionální teorie – využití v praxi



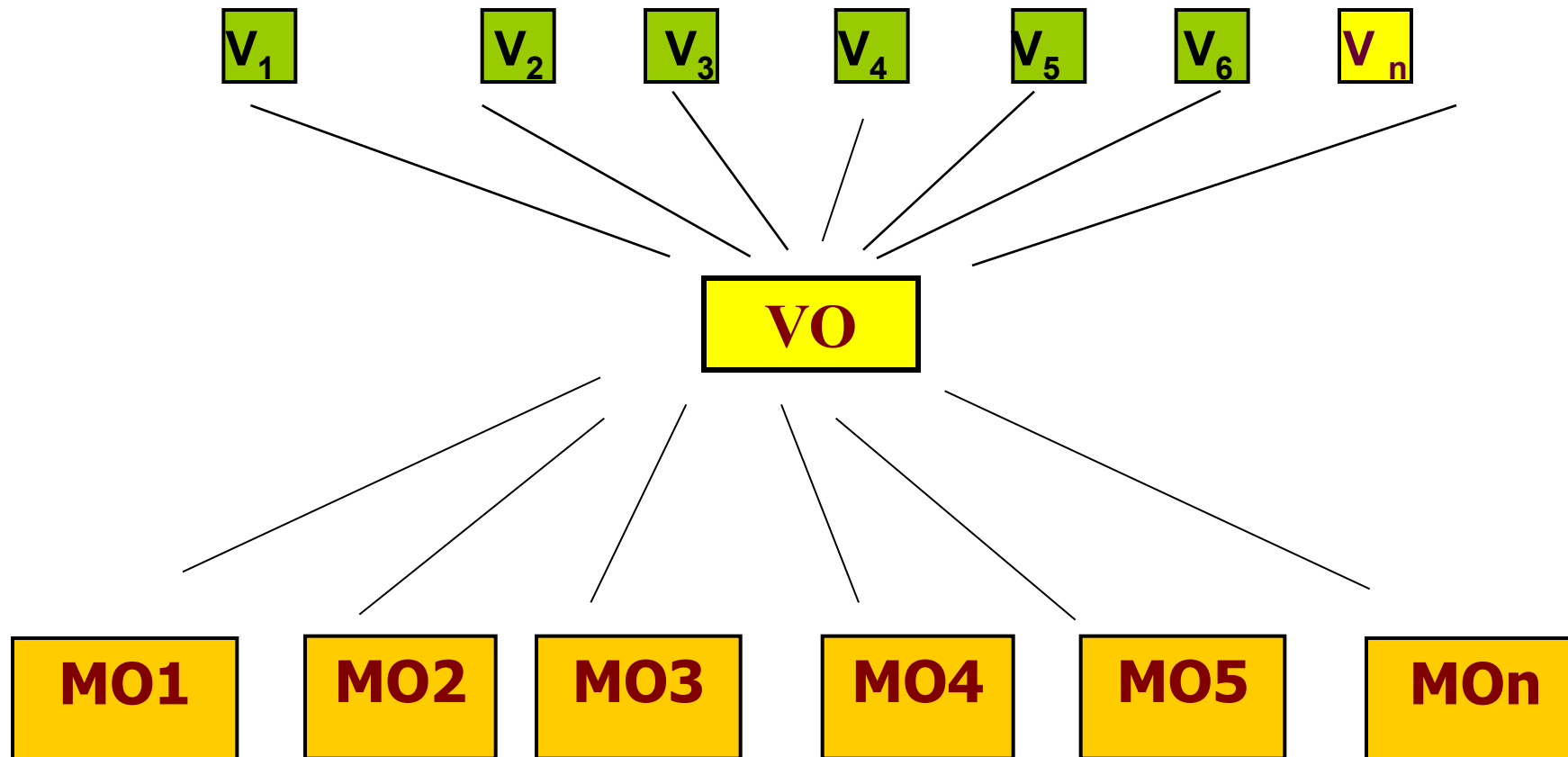
Pro koho je vhodný velkoobchod?

- pro tvorbu širokého a hlubokého sortimentu, kdy je třeba zajistit velké množství sortimentních druhů (velkokapacitní prodejny)

Kdy jsou efektivnější přímé kontakty?

- u úzce specializovaného sortimentu nebo k doplnění nabídky širokosortimentních prodejen

Transakční teorie (K.Brandt)



V₁-n.....výrobci MO1-n.....maloobchod



Počet kontaktů: transakční náklady (TN)

Bez prostředníka:

- $TN = m \times n$

S prostředníkem:

- $TN = m + n$

- $TNu =$ úspora transakčních nákladů (dána počtem cest)

- $TN u = (m \times n) - (m+n)$

- $m =$ výrobce, $n =$ maloobchod

Řešená úloha



Zadání:

V lokalitě působí 10 výrobců a 100 maloobchodníků. Jaká bude teoretická úspora nákladů, jestliže zprostředkovatelskou funkci zde bude zajišťovat 1 velkoobchod?

Výpočet:

$$TN = 10 \times 100 = 1000$$

$$TN_u = (10 \times 100) - (10 + 100) = 1000 - 110 = 890 \text{ uspořených cest}$$

Odpověď: Teoretická úspora nákladů bude 890 cest.

Odhad ekonomického vyčíslení úspory je pak odvozen od průměrné hodnoty jedné cesty.

Úspory transakčních nákladů při rostoucím počtu výrobců a maloobchodů – teoretické předpoklady

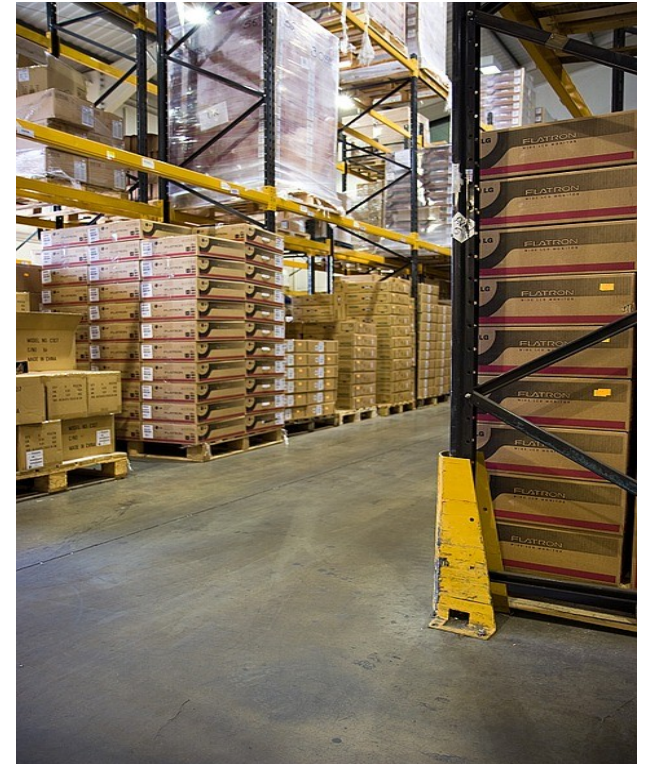


výrobce m	MO n	TN bez VO m x n	TN s VO m+n	TN _{uspořené} (m x n) -(m + n)
3	3	9	6	3
5	5	25	10	15
10	10	100	20	80
100	100	10 000	200	9 800
100	1000	100 000	1 100	98 900
.
.



Velkoobchod a jeho funkce

- prodej a propagace
- nákup a tvorba sortimentu
- dělení celkového množství, skladování
- doprava, financování
- přebírání rizika
- informace o trhu.





Velkoobchod a jeho funkce

Prodej a propagace - cíl dosáhnout na velké množství zákazníků při relativně malých nákladech. To je umožněno velkým množstvím kontaktů. **Sdružená reklama s MO.**

Nákup a tvorba obchodního sortimentu šetří práci MO. Tvorba ucelených sortimentních nabídek dle **marketingových hledisek** a požadavků jednotlivých maloobchodníků.

Nákup ve velkém - nakupovat velká množství zboží, která dělí na menší jednotky dle potřeb spotřebitelů, a tím šetří náklady na fyzickou distribuci zboží. Část práce maloobchodu se tak přesunuje již na úroveň VO- **příprava zboží**

Skladování zboží snižuje riziko a skladovací náklady u dodavatelů i zákazníků.



Velkoobchod a jeho funkce

Přeprava - zrychluje dodávky pro MO, protože VO je k MO obvykle blíže než výrobce.

Financování – poskytuje zákazníkům tzv. **obchodní úvěr** na objednávané zboží, **účetní služby, online transakce**.

Přenos rizika - VO přebírá zboží do svého vlastnictví, nese náklady za krádeže nebo poškození zboží.

Tržní informace zrychlují kontakty mezi V a MO prostřednictvím VO a elektronizace pohybu zboží, zejména o nových výrobcích, cenových změnách, aktivitách konkurence atd... **marketingové informace**.

Manažerské služby a poradenství - úzká spolupráce s MO, zájem VO na dobrém prodeji či odbytu svých výrobků, organizují se školení pro prodejní síly (techniky prodeje, systémů řízení zásob atd.).



Služby VO nabízené maloobchodníkům - **praxe**

- **Pomoc klientovi** při práci s nákupčími
- Pravidelné **dodávání informací** a doporučení týkajících se výrobků, výrobových řad, módních trendů a podpory prodeje
- Zajištění **objednávání zboží** za spolupracující firmu
- **Sledování objednávkového procesu** , pečování o reklamace, úpravy zboží apod.
- **Pomoc** sítím maloobchodních prodejen při jejich **propagaci** při jejich otevření
- Nabídka **poradenských služeb** ohledně zásob a jejich kontroly
- **Sjednávání schůzek** pro maloobchodníky s různými zprostředkovateli prodeje
- Sjedenávání **návštěv ve výrobě** ve výstavních sáních
- Plánování a pořádání **seminářů o módě**
- Pomoc při **vyhledávání zaměstnanců**.

Případová studie: Orange Shiin- online VO s módou v USA – nabízející služby svým odběratelům
- **Vliv pandemie na dodavatelско odběratelské vztahy** – disrupce – změna technologie –přechod do online prostředí.



Jaké druhy velkoobchodníků známe?



V odborné literatuře se setkáváme s různými druhy či označováním velkoobchodníků:

- **Třídění dle charakteru činností** (Mulač, Mulačová, 2013)
- **Třídění dle úplnosti nabízených služeb** (Kotler)

Dodávkový VO – klasický model VO, samostatný subjekt nebo součást určité kooperace s V nebo MO, udržují potřebný stav zásob ve skladech pro MO

Agenturní VO – spojovací můstek, **spíše zprostředkování**, kompletní organizační zajištění toku zboží, peněz a informací, **ne fyzický pohyb** zboží přes vlastní sklady

Samoobslužný VO - **Cash and carry**, menší odběry vlastním vozem (vhodný pro menší podnikatele (služby, prodejci řemeslníci), okamžité platby, speciální trhy

Regálový VO – zvláštní zapojení do maloobchodní činnosti, **MO prodává na velkoobchodníkovu riziko jeho zboží** ve vyhrazených regálech, VO se celkově o zboží stará (doplňování, propagace...).

Druhy velkoobchodníků dle úplnosti služeb (Kotler)



1. Překupní VO	S plnými službami	VO překupníci Průmysloví distributoři
	S omezenými službami	Cash and Carry Přepravní VO Zásilkový VO...
2. Dohodci a zástupci	Dohodci Zástupci	z. výrobců z. pro prodej z. pro nákup z. provizní obchodníci
3. Pobočky a kanceláře	Prodejní Nákupní	





Skladování ve velkoobchodních skladech

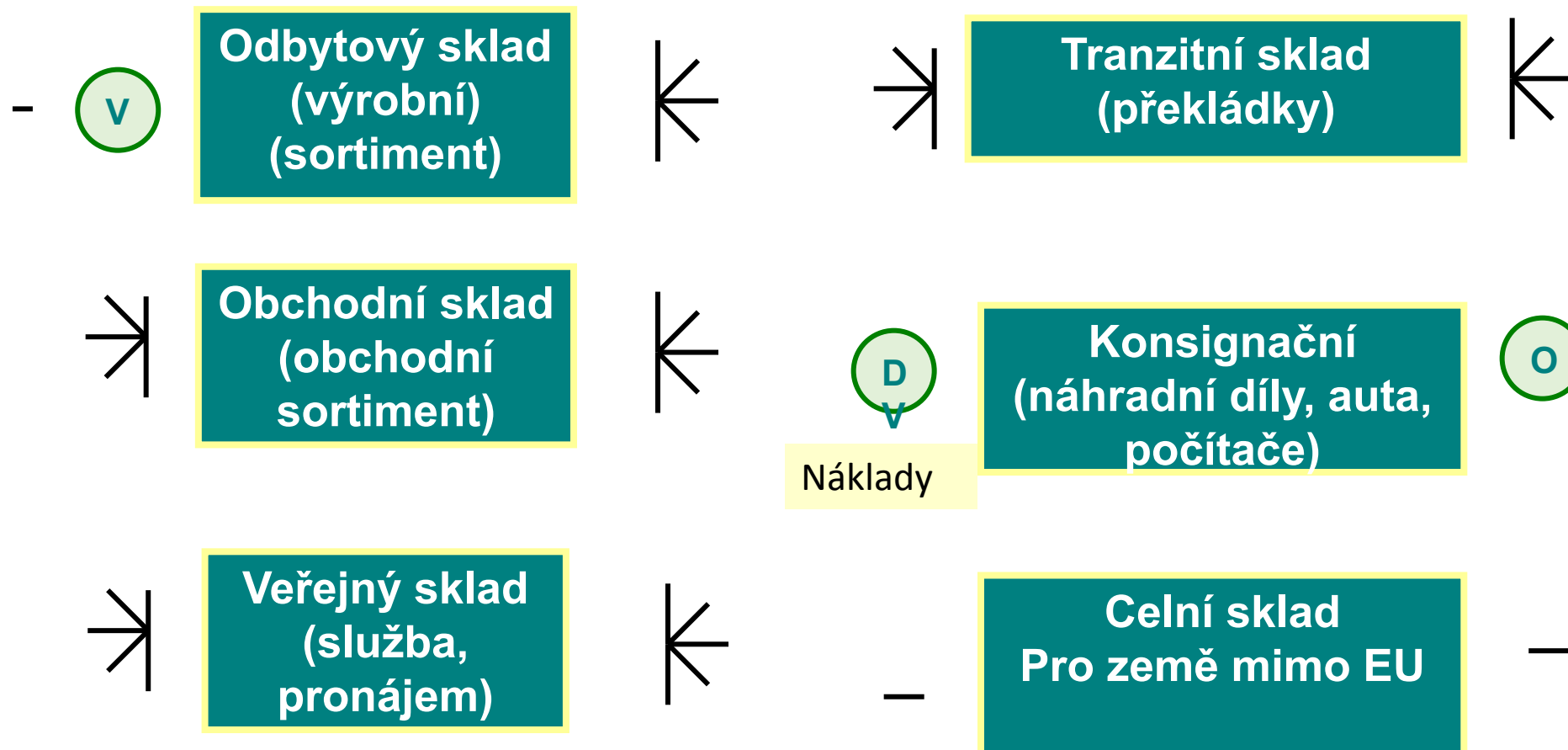
Existují různé druhy velkoobchodních skladů:

- druhy skladů dle jejich **funkce**
- druhy skladů **dle stupně mechanizace** a skladové technologie
- druhy skladů dle jejich **provedení**

Speciálním druhem skladu jsou sklady pro potraviny:

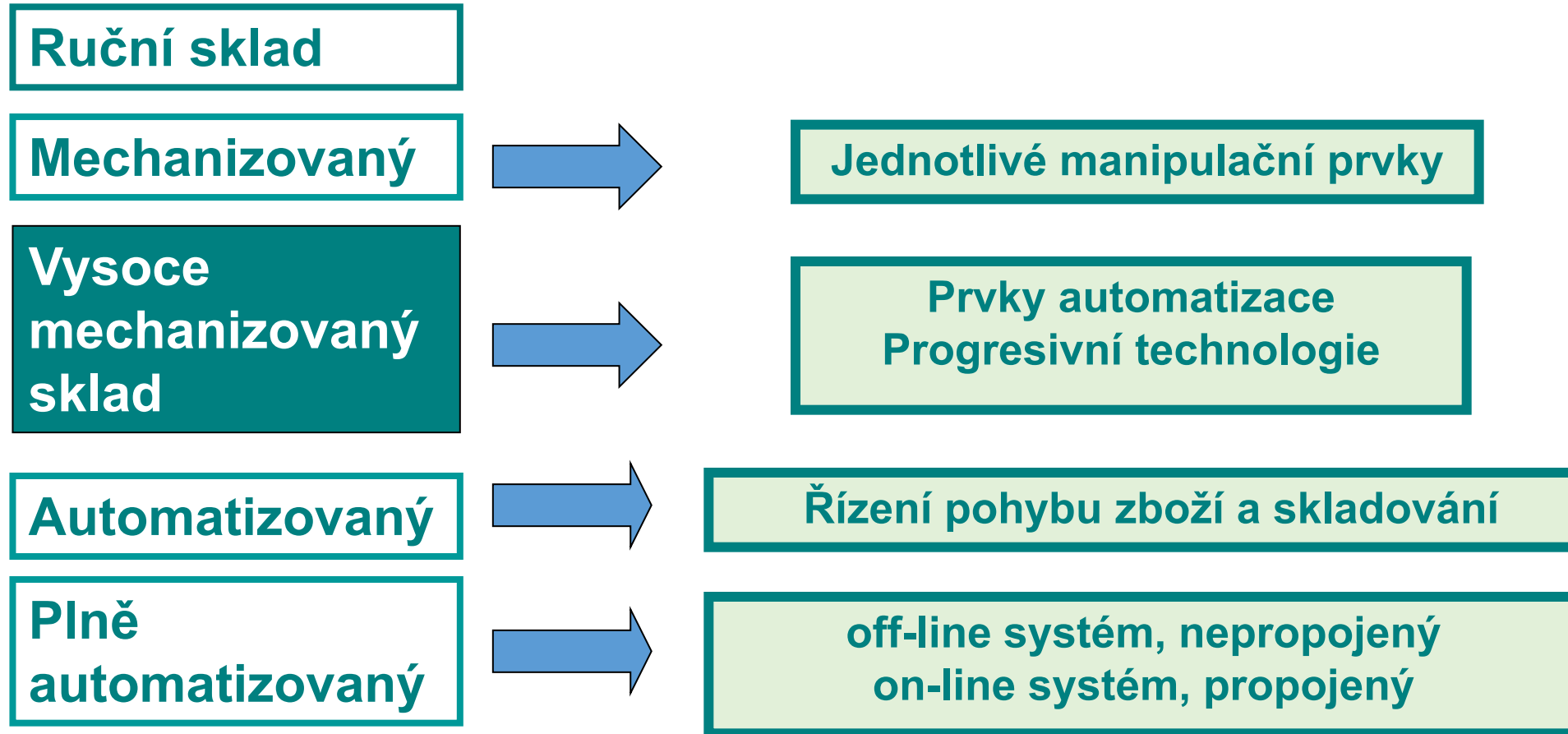
- Suché sklady: do 18 °C
- Chladné sklady: do 12 °C
- Chlazené sklady: 4 – 10 °C
- Mrazící sklady: do – 18 °C

Druhy VOS dle jejich funkce v distribučním systému

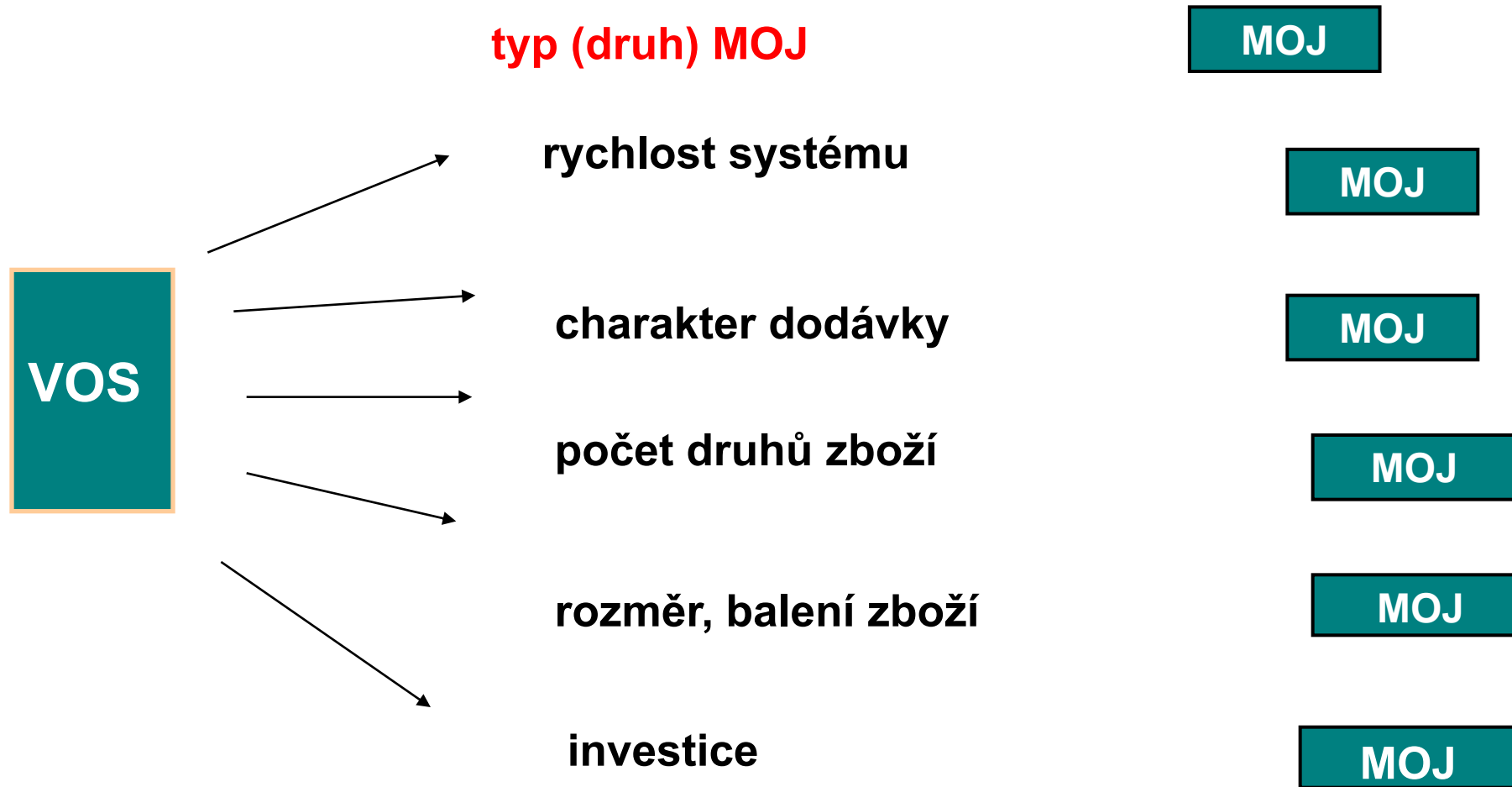


Druhy VOS dle stupně mechanizace

Rychlost pohybu zboží, frekvence poptávky



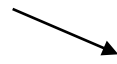
Hlediska mechanizace skladu



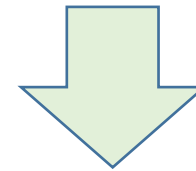


Základní druhy skladů dle jejich provedení

- Halový sklad
- Výškový sklad
- Patrový sklad



**Typické znaky,
výhody,
nevýhody
a praktické
využití**



Halový sklad



Druh skladu	Výhody	Nevýhody
Halový sklad	Jednoduchá konstrukce, možnost mechanizace a využití moderní technologie, jednoduchý pohyb zb., dostavba, optimální investice	Velká náročnost na pozemky





Výškový sklad

Druh skladu	Výhody	Nevýhody
Výškový sklad	Vyšší využití pozemku, snížení invest.nákladů, mechanizace a automatizace, regál. zakladače, růst produktivity práce, snížení živé práce, rychlejší obrátka zásob	Nebezpečí výpadku el. energie, přerušení proudu závadou el. prostředí





Patrový sklad

Druh skladu	Výhody	Nevýhody
Patrový sklad	Minimální požadavky na pozemek	Vyšší náklady na nosnost podlaží a vertikální dopravu, menší využití prostoru i skladové technologie, pomalejší pohyb zboží



Volba skladu - příklad



Vazba : sklad  cílový trh

Vysoce mechanizovaný,
automatizovaný sklad (halový, výškový)

VOS

Sít' supermarketů

hromadný odběr

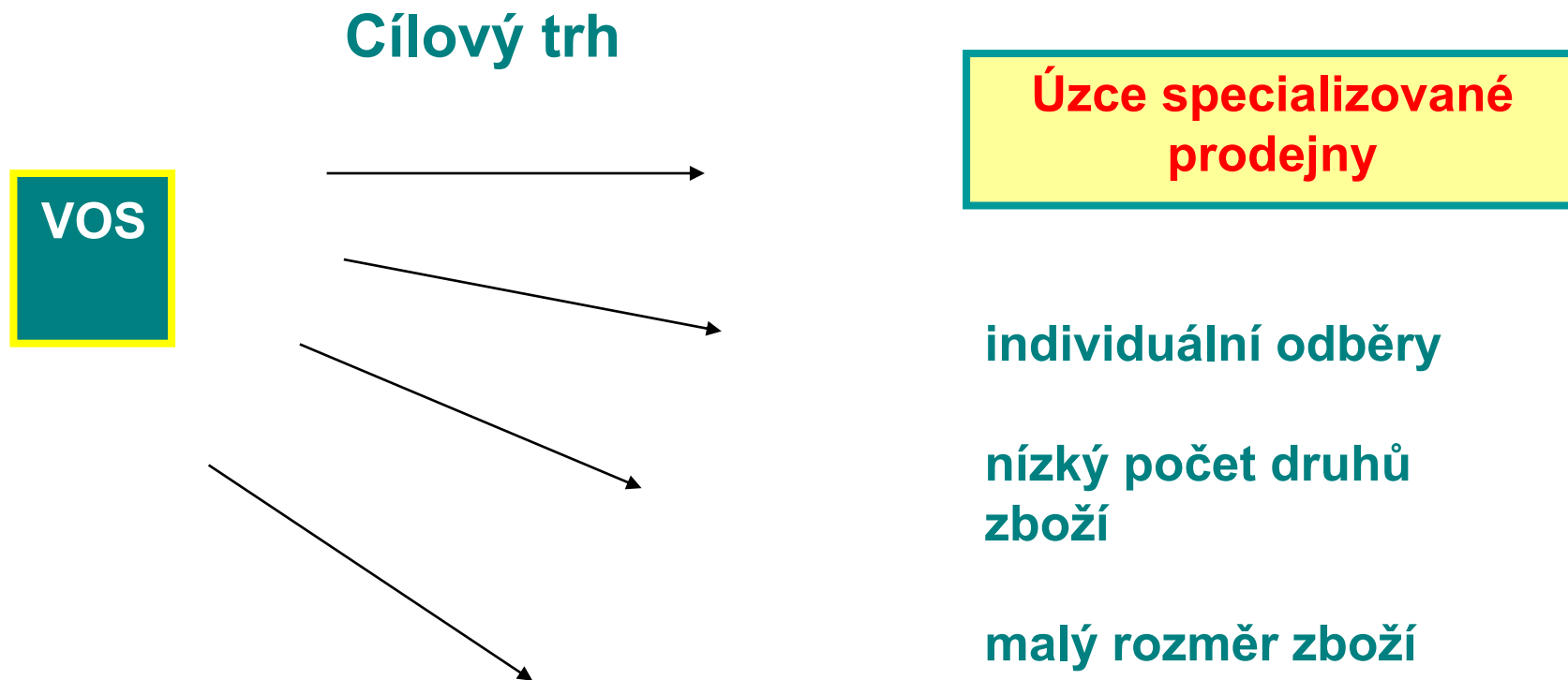
široký a hluboký
sortiment

velký počet
odběratelů

Volba skladu - příklad

Ruční

Mechanizovaný sklad (patrový)





Lokalizace skladů

● rozhodující faktory:

- ● **územní koncentrace** – územní plány obcí
- ● **dopravní napojení** na silniční a železniční infrastrukturu a rozvod sítí (elektrina, vodovod, kanalizace).
- ● **horizontální kooperace** více velkoobchodních firem znamená vznik skladových areálů,
- ● **přínosem kooperace** je snížení nákladů na jednotku výkonu.



Využívání společných skladovacích a manipulačních zařízení, společné ostrahy, či napojení na železniční vlečku.



Co rozhoduje o výběru typu dopravy?





Výhody a nevýhody druhů dopravy

Druh	Pozitiva	Negativa
Železniční	Velké objemy na velké vzdálenosti	Pozor na vytíženost vagónů
Lodní	Velké náklady nepodléhající zkáze, vnitrozemská i mořská	Pomalá a závislá na klimatických podmínkách
Kamionová	Pružná časově i prostorově	Přetížení silniční dopravy ve špičkách
Potrubní	Přeprava ropy, uhlí a chemikálií , levnější než železnice (např. ropovod Nord Stream...)	Dražší než lodní, prochází různým územím
Letecká	Rychlá přeprava, rychle kazící se zboží (čerstvé květiny), Přímé dodávky bez skladů	Je poměrně drahá



Shrnutí přednášky

- **Velkoobchod, význam, funkce, transakcionální teorie a její význam**
- **Druhy velkoobchodníků s plnými a omezenými službami**
- **V zásobovacím systému existuje mnoho druhů skladů, které by měly odpovídat potřebám sortimentu i způsobu distribuce a rychlosti vyskladnění (stupeň mechanizace, skladová technologie, funkce skladu, provedení skladu)**
- **Typ skladu má svoje výhody a nevýhody**
- **Výběr skladu musí respektovat potřeby logistiky určitého sortimentu i formy prodeje**
- **Lokalizace skladu**
- **Totéž platí pro kritéria volby dopravy.**