



Principy řešení maloobchodní sítě

*Cílem přednášky je
pochopit principy
řešení
maloobchodní sítě*

Halina Starzyczná
Garant předmětu

Principy řešení maloobchodní sítě

Struktura přednášky

Rozmístění maloobchodní sítě a její
východiska

5 principů řešení MOS, jejich
charakteristika



Rozmístění prodejen maloobchodní sítě

Řešení maloobchodní sítě musí zohledňovat **potřeby zákazníků**. Konkrétní rozmístění maloobchodních jednotek navazuje na strukturu a **charakter sídelní soustavy** a typ sídelního útvarů.

V rámci sídelního útvaru se rozhodování vedou směrem **k návaznosti prodejen na ostatní jednotky**, na pohyb zákazníků, dopravní dostupnost atd.

Rozhodování obchodních firem o lokalizaci jednotek předchází **územní a tržní analýzy**, jejímž cílem je určit poptávku lokality, možnosti konkurence i určení kapacity vlastní uvažované jednotky.

Principy řešení MOS



1. Hierarchie v řešení MOS

2. Akční rádius

3. Nákupní spád

4. Rovnoměrnost v rozmístění MOS

5. Prostorová a provozní koncentrace

1. Hierarchie v uspořádání MOS

Rozlišujeme různé úrovně (stupně) obchodní vybavenosti příslušných částí (zón), mezi něž řadíme:

- venkovská obchodní vybavenost
- okrsková obchodní vybavenost
- obvodová obchodní vybavenost
- čtvrt'ová obchodní vybavenost
- centrální obchodní vybavenost
- regionální obchodní vybavenost.



Venkovská obchodní vybavenost



- nižší koncentrace spotřebitelské poptávky a nižší úrovní koupěschopnosti,
- část koupěschopné poptávky je odčerpávána **záporným nákupním spádem do měst**,
- charakter osídlení je spojen s prostorově roztržitou maloobchodní sítí,
- nižší využitelnost moderních logistických systémů a procesů.

Vhodný typ prodejny



- malá samoobsluha s převahou potravin a doplňkovým sortimentem
- obslužná prodejna smíšeného zboží
- venkovská nákupní střediska.



Hierarchie řešení MOS - stupně obchodní vybavenosti ve městech



Specifika podnikání v městském prostoru



- vyšší koncentrace spotřebitelské poptávky a vyšší úrovní koupěschopnosti
- větší konkurence, více obchodních partnerů, menší riziko finanční kontroly
- část koupěschopné poptávky je posilována kladným nákupním spádem do měst ovlivněným funkcí měst (lidé přijíždějí za prací, za lékařem, za kulturou, za sportem, do úřadů apod., turisté...)
- využitelnost moderních logistických systémů a procesů je efektivnější

Regionální vybavenost



Obchodníci ji nestaví na místní příslušnosti a potřebě být co nejbližší zákazníkovi, ale na filozofii „být tak atraktivní, že zákazník z přijatelné vzdálenosti přijede“..

Regionální úroveň obchodní obslužnosti staví na filozofii přímého suplování či doplňování centrální, okrskové, obvodové, čtvrtové i venkovské vybavenosti.

Typy prodejen:

- rozsáhlý specializovaný **obchodní dům** zahrnující velké množství specializovaných a úzce specializovaných prodejen,
- **extrémně velký hypermarket** včetně širokého spektra doplňkových specializovaných a úzce specializovaných prodejen potravinářského a nepotravinářského sortimentu (nákupní středisko)
 - **specializovaná odborná velkoprodejna.**



2. Akční rádius

Vlivy působící na akční rádius

POČET A HUSTOTA
OBYVATELSTVA
BYTOVÁ ZÁSTAVBA

SPÁDOVÉ
POMĚRY

KONKURENCE

plus
mínus

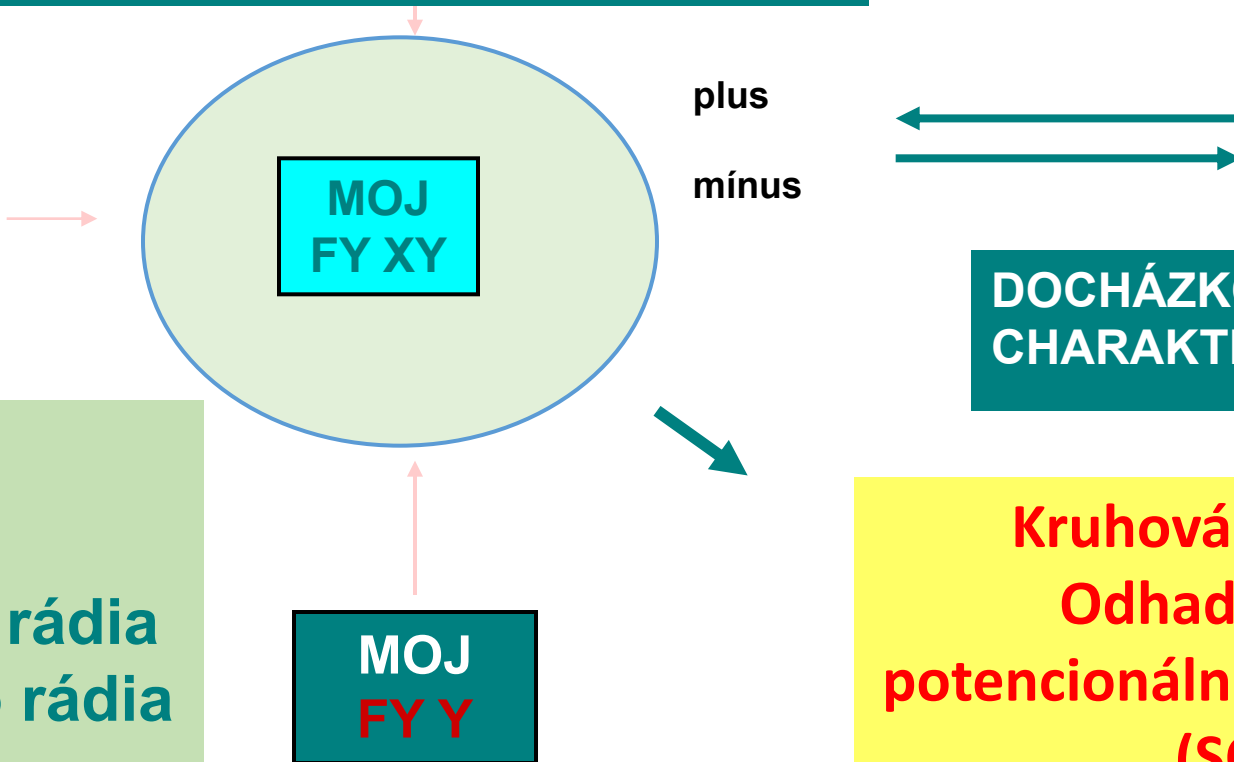
DOCHÁZKOVÁ VZDÁLENOST
CHARAKTER SORTIMENTU

MOJ
FY XY

Kruhová metoda
Odhad počtu
potencionálních zákazníků
(SO)

Vlastnosti akčního rádia:
Minimální hranice akčního rádia
Maximální hranice akčního rádia

MOJ
FY Y



Aplikace kruhové metody při odhadu počtu zákazníků

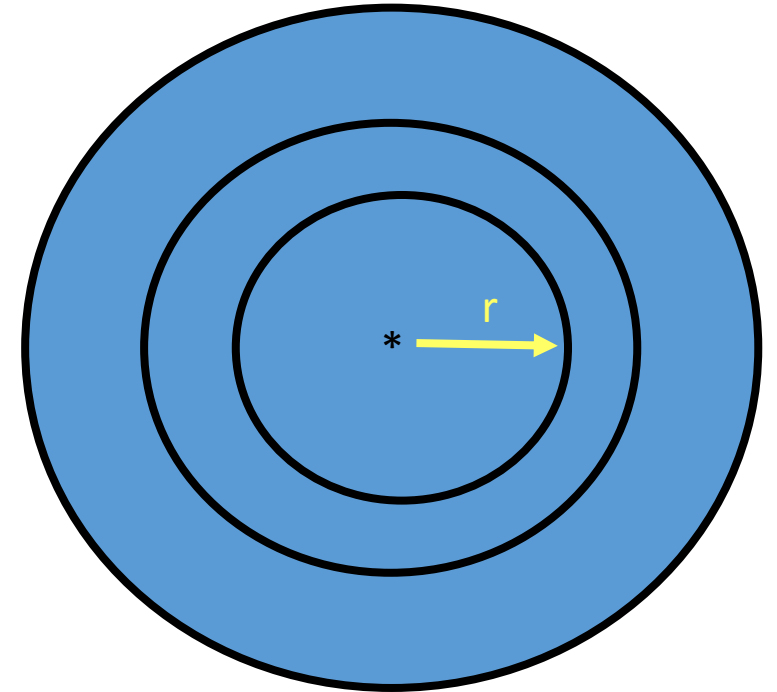


Kruhová metoda: soustředné zóny (soustředné kružnice) se opisují kolem předpokládaného místa lokalizace prodejny.

- Tyto zóny představují určitou pravděpodobnost nákupu, ovlivněnou docházkovou vzdáleností
- Plocha kruhu představuje akční rádius prodejní jednotky.
- Odhad počtu potenciálních zákazníků lze pak odvodit od hustoty obyvatelstva na km^2 daného akčního rádia.

Postup výpočtu: Zjistíme:

1. rozlohu sídelního útvaru (v km^2)
2. počet obyvatel celkem
3. počet obyvatel na km^2
4. plochu kruhu $P = 3,14r^2$
5. $r = ?$ (chodec ujde za hodinu cca 5 km (z toho odvodíme docházkovou vzdálenost v km pro 5 min, 10 min, 15 min, ...).



Pokud by byl počet obyvatel na km^2 500.
Tak při docházkové vzdálenosti 10 min
(cca 0,8 km) by plocha kruhu činila 2 km^2
Počet obyvatel AR = $2 \times 500 = 1000$
Příklad výpočtu na s. 153 (skripta)

Akční rádius

Minimální a maximální hranice akčního rádia



- **Minimální hranice:**

počet potenciálních zákazníků, minimální rentabilita

- **Maximální hranice:**

docházková vzdálenost, kapacita prodejny

(plochy, forma prodeje, zboží, pracovníci,...)

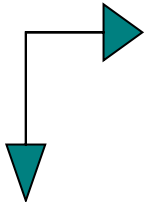
3. Nákupní spád



- přesun koupěschopné poptávky mimo místo svého bydliště

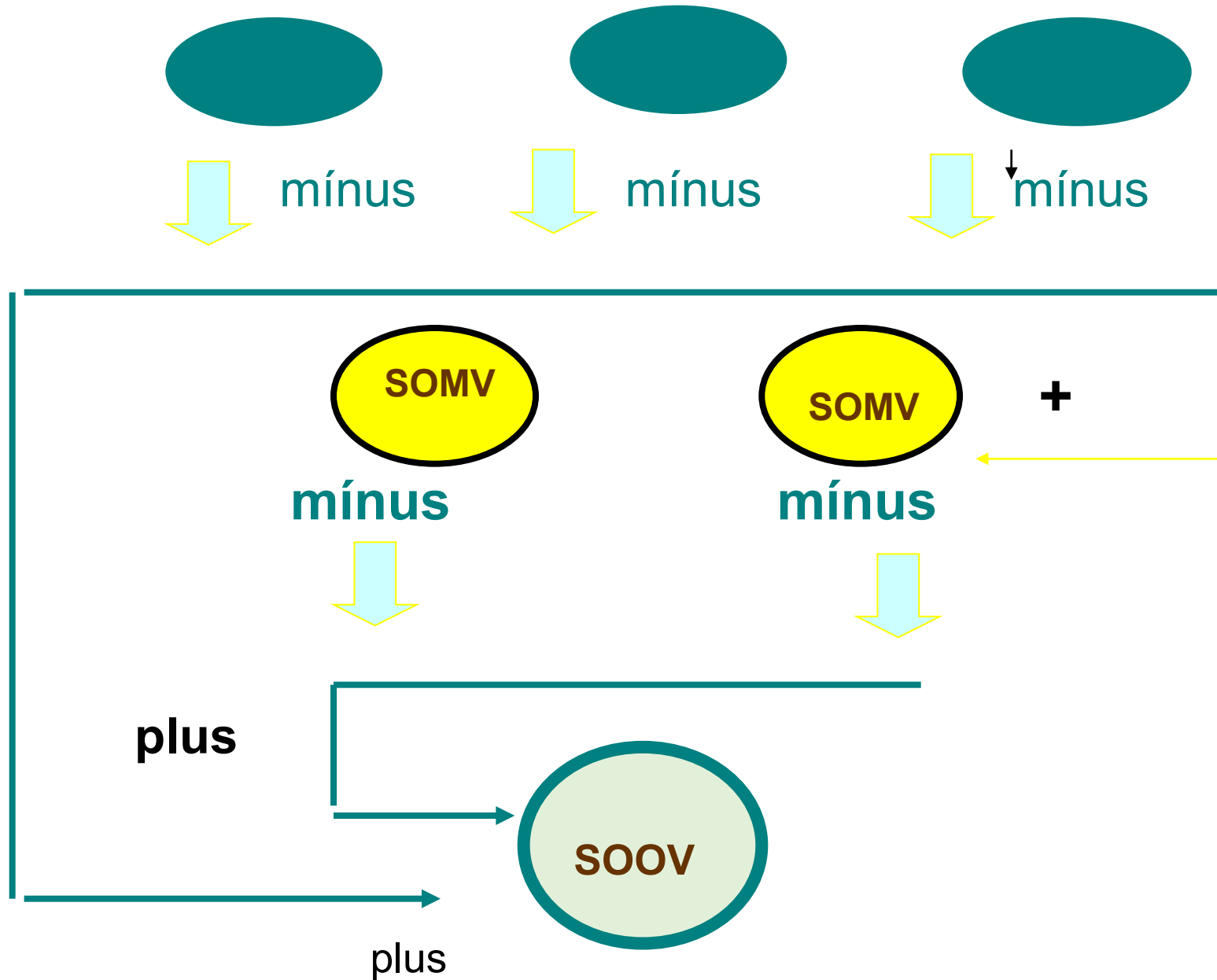
Mobilita obyvatelstva, zaměstnání,
škola, zdravotnické zařízení, úřad,
rekreace...

- Nákupní spád může být:
vnější a vnitřní (mezi SÚ)

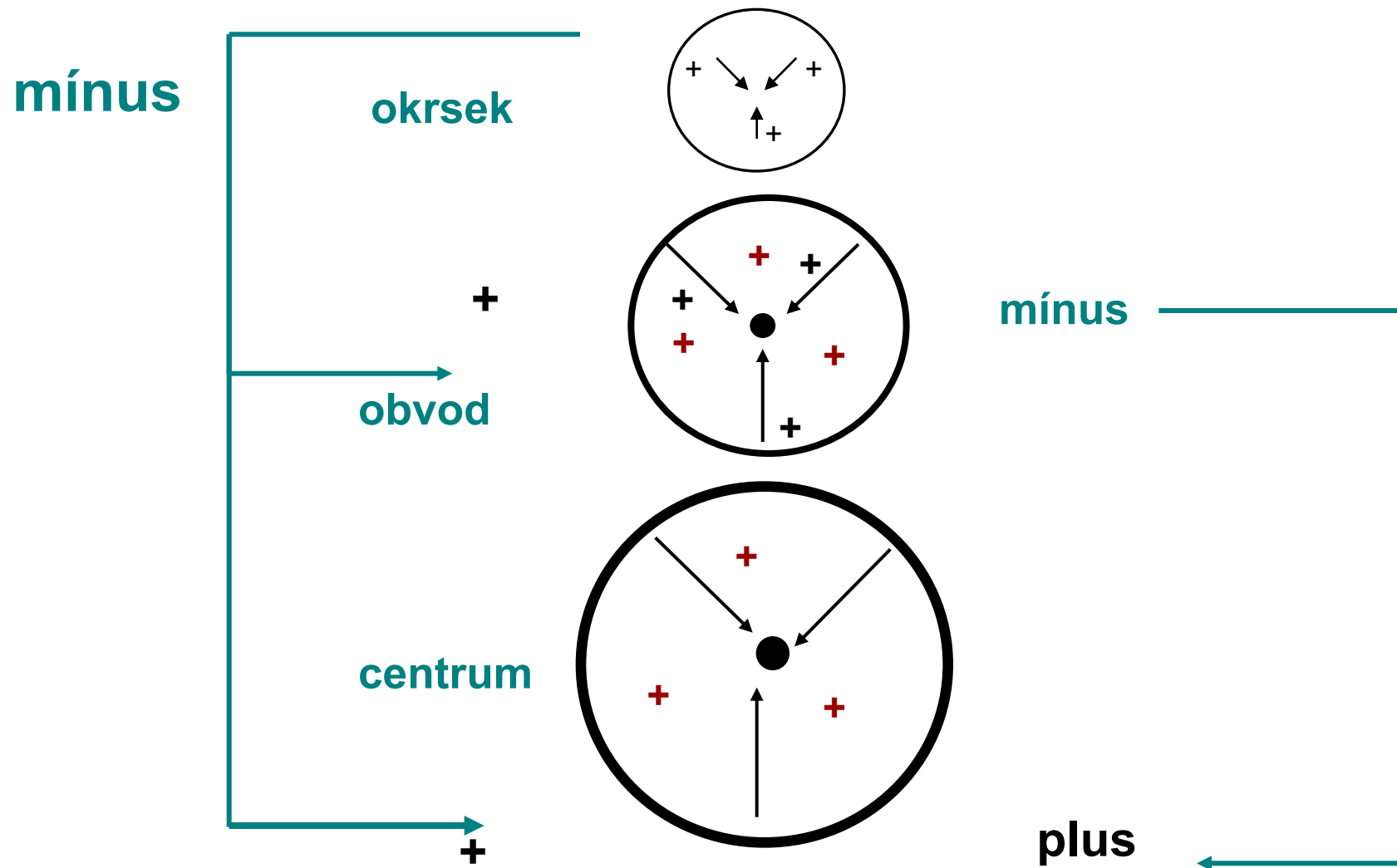


kladný a záporný (příliv a odliv koupěschopné poptávky)

Schématické znázornění vnějšího nákupního spádu (saldo) Nestředisková sídla



Schematické znázornění vnitřního nákupního spádu



Ve větších městech je současná podoba modifikována přesunem obchodu do periferních částí měst (nákupních center)

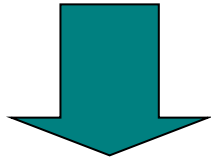


Vymezení nákupního spádu

SALDO NÁKUPNÍHO SPÁDU



**souhrn kladných a
záporných přesunů
výdajů obyvatelstva**



Nákupní spád vyjadřujeme:
a) absolutně (v Kč)
b) relativně (v indexech, v %)



a) absolutní výše salda NS v Kč

$$NS_{lk} = MO_{lk} - KF_{lk}$$

MO_{lk} skutečný maloobchodní obrat lokality
KF_{lk} kupní fondy lokality
(průměrný obrat na 1 obyv. x počet obyv. lokality), zpřesnění indexem kupní síly obyvatelstva (odchylka od průměru v ČR)



b)

podílem salda NS na kupních fondech (v %)



$$\% NS_{IK} = \frac{MO_{IK} - KF_{IK}}{KF_{IK}} \times 100$$

měřením směru a intenzity NS (v indexovém vyjádření, v %)



$$I MR_{IK} = \frac{MO_{IK}}{MO_{IK}} \times 100$$

MR_{IK} = míra realizace výdajů obyvatelstva

MO = teoretický obrat (KF)

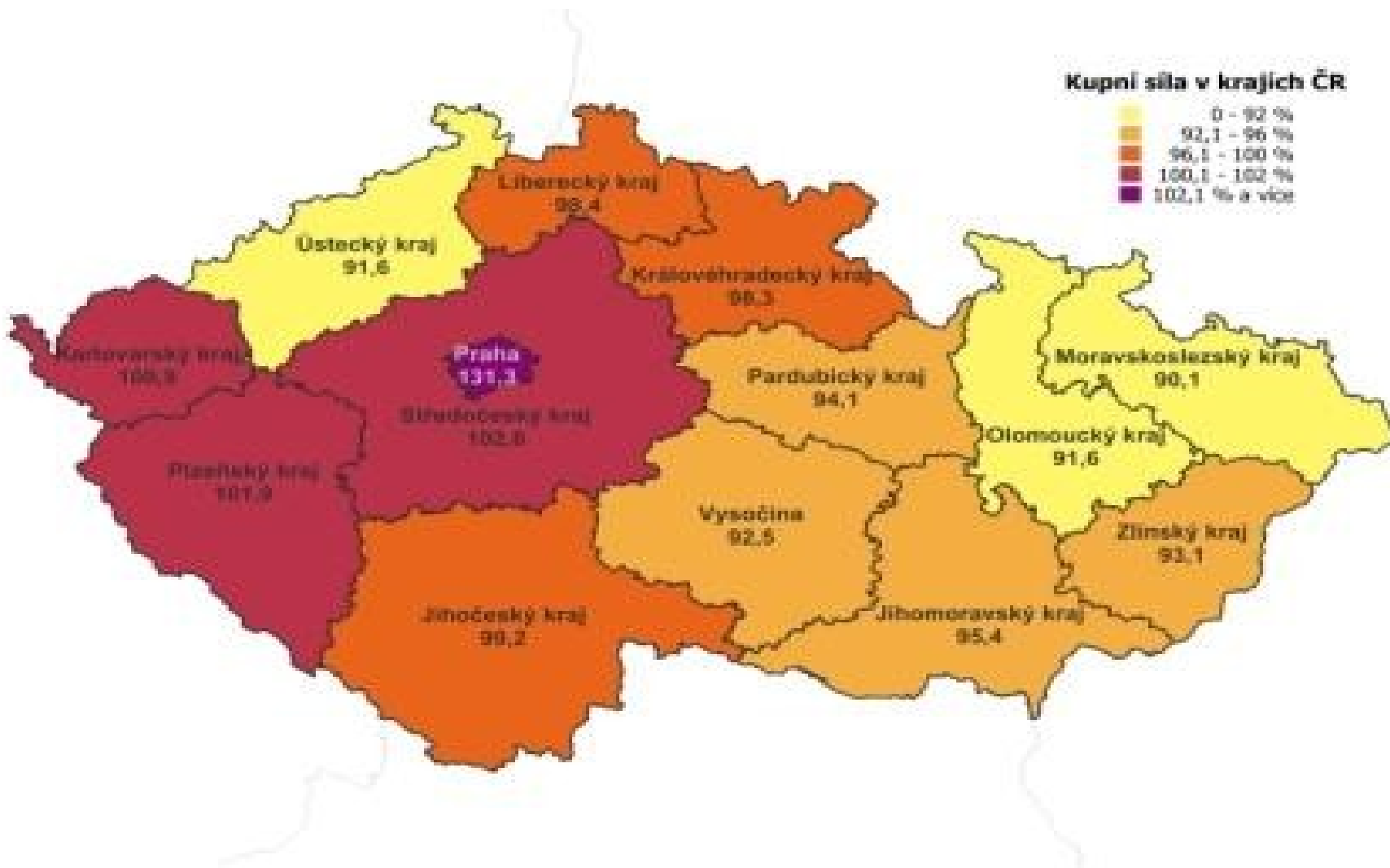
Platí:



MR = 100 %	rovnováha	ani příliv ani odliv poptávky
MR > 100 %	kladný nákupní spád	příliv koupěschopné poptávky
MR < 100 %	záporný nákupní spád	odliv koupěschopné poptávky

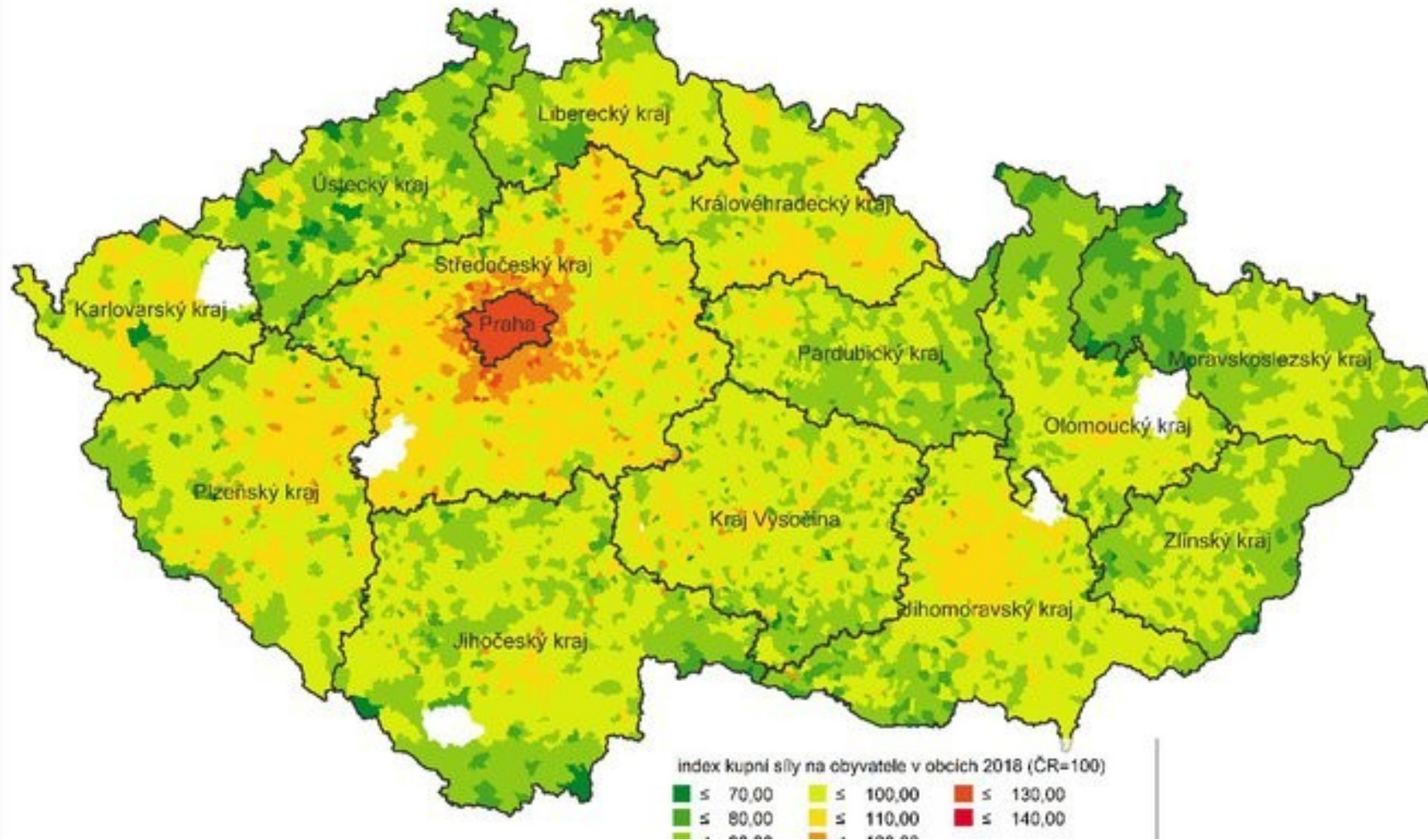
$I_{MR} = 1$	rovnováha	ani příliv ani odliv poptávky
$I_{MR} > 1$	kladný nákupní spád	příliv koupěschopné poptávky
$I_{MR} < 1$	záporný nákupní spád	odliv koupěschopné poptávky

Kupní síla obyvatelstva - 2009



<http://www.regiograph.cz/cs/Nova-data-tykajici-se-kupni-sily-v-okresech-a-obcich-n276/>

Kupní síla obyvatelstva 2018



Zdroj: <https://www.e15.cz/finexpert/nakupujeme/kupni-sila-v-regionech-se-vyrovnava-praha-se-zbytku-republiky-vymyka-1354082>

Nejbohatší okresy (ČR=100,0), rok 2007, kupní síla



NEJBOHATŠÍ“ OKRESY (ČR = 100,0)

1.	Hlavní město Praha	132,6
2.	Praha-východ	116,1
3.	Praha-západ	115,7
4.	Plzeň-město	112,4
5.	Cheb	108,0

NEJCHUDŠÍ“ OKRESY

73.	Žďár nad Sázavou	87,3
74.	Hodonín	86,9
75.	Třebíč	86,6
76.	Karviná	86,4
77.	Bruntál	84,9

<https://www.mediaguru.cz/clanky/2007/12/uroven-kupni-sily-se-v-regionech-vyrazne-lisi/>

Nejbohatší a nejchudší okresy v ČR 2018 – kupní síla



NEJBOHATŠÍ“ OKRESY (ČR = 100,0)

1.	Hlavní město Praha	128,7
2.	Praha-západ	116,0
3.	Praha-východ	113,9

NEJCHUDŠÍ“ OKRESY

Teplice	85,5
Děčín	84,1
Bruntál	82,4

Modelová úloha na vymezení salda NS č. 1



Zadání: V jednom malém městě v ČR byl v maloobchodní síti s potravinářským sortimentem realizován obrat ve výši 750 mil. Kč.

- **Vypočtete hodnoty nákupního spádu, jestliže:**
 - průměrný spotřební výdaj na 1 obyvatele za potraviny činí cca 25 000 Kč/za rok,
 - I_{KS} (index kupní síly) se odhaduje pro danou lokalitu: 0,95
 - počet obyvatel: 30 000

Výpočet:

- saldo NS (absolutně)

- $\text{Saldo NS} = \text{MO}_{\text{lk}} - \text{KF}_{\text{lk}} = 750\,000\,000 - (30\,000 \times 25\,000 \times 0,95)$

- $= 750\,000\,000 - (712\,500\,000)$

- $= 37\,500\,000 \text{ Kč}$

- $=$ (kladný nákupní spád)

- Saldo NS (relativně)

- $\% \text{ NS} = (\text{MO}_{\text{lk}} - \text{KF}_{\text{lk}} / \text{KF}_{\text{lk}}) \times 100$

- $= 750\,000\,000 - 712\,500\,000 / 712\,500\,000 \times 100$

- $= 37\,500\,000 \text{ Kč} / 712\,500\,000 \times 100$

- $= 5,26\%$

- $\text{MR}_{\text{lk}} = (\text{MO}_{\text{lk}} / \text{MO}''_{\text{lk}}) \times 100 =$

- $= (750 \text{ mil.} / 712,5 \text{ mil.}) \times 100$

- $= 105,26\%$

Odp.: V lokalitě je kladný NS ve výši 5,26%.





Modelová úloha na vymezení NS č. 2

Zadání: V jednom městě byl v maloobchodní síti s potravinářským sortimentem realizován obrat ve výši 400 000 000 Kč.

- **Vypočtete hodnoty nákupního spádu, jestliže:**
 - **průměrný spotřební výdaj na 1 obyv., za potraviny činí cca 25 000 Kč/za rok,**
 - **I_{KS} (index kupní síly) se odhaduje pro danou lokalitu : 0,92**
- počet obyvatel: 20 000**



Výpočet:

- saldo NS (absolutně)

- $\text{Saldo NS} = \text{MO}_{\text{lk}} - \text{KF}_{\text{lk}} = 400\,000\,000 - (20\,000 \times 25\,000 \times 0,92)$

- $= 400\,000\,000 - (20\,000 \times 23\,000)$

- $= 400\,000\,000 - (460\,000\,000)$

- $= -60 \text{ mil. Kč}$

- (záporný nákupní spád)

- Saldo NS (relativně)

- $\% \text{ NS} = (\text{MO}_{\text{lk}} - \text{KF}_{\text{lk}} / \text{KF}_{\text{lk}}) \times 100$

- $= -60 / 460 \times 100$ v mil Kč.

- $= -0,13 \times 100 = -13 \%$

- $\text{MR}_{\text{lk}} = (\text{MO}_{\text{lk}} / \text{MO}''_{\text{lk}}) \times 100 =$

- $= (400/460) \times 100$

- $= 0,87 \times 100 = \underline{87 \%}$

Odp.: V lokalitě je záporný NS ve výši cca 13%.

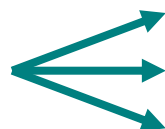
4. Rovnoměrnost rozmístění MOS



Může dojít ke třem situacím

1)

KOUPĚSCHOPNÁ
poptávka
v určitém územním měřítku
(KF) = **KAPACITA MOS**



OBRAT

MOJ

MOJ

MOJ

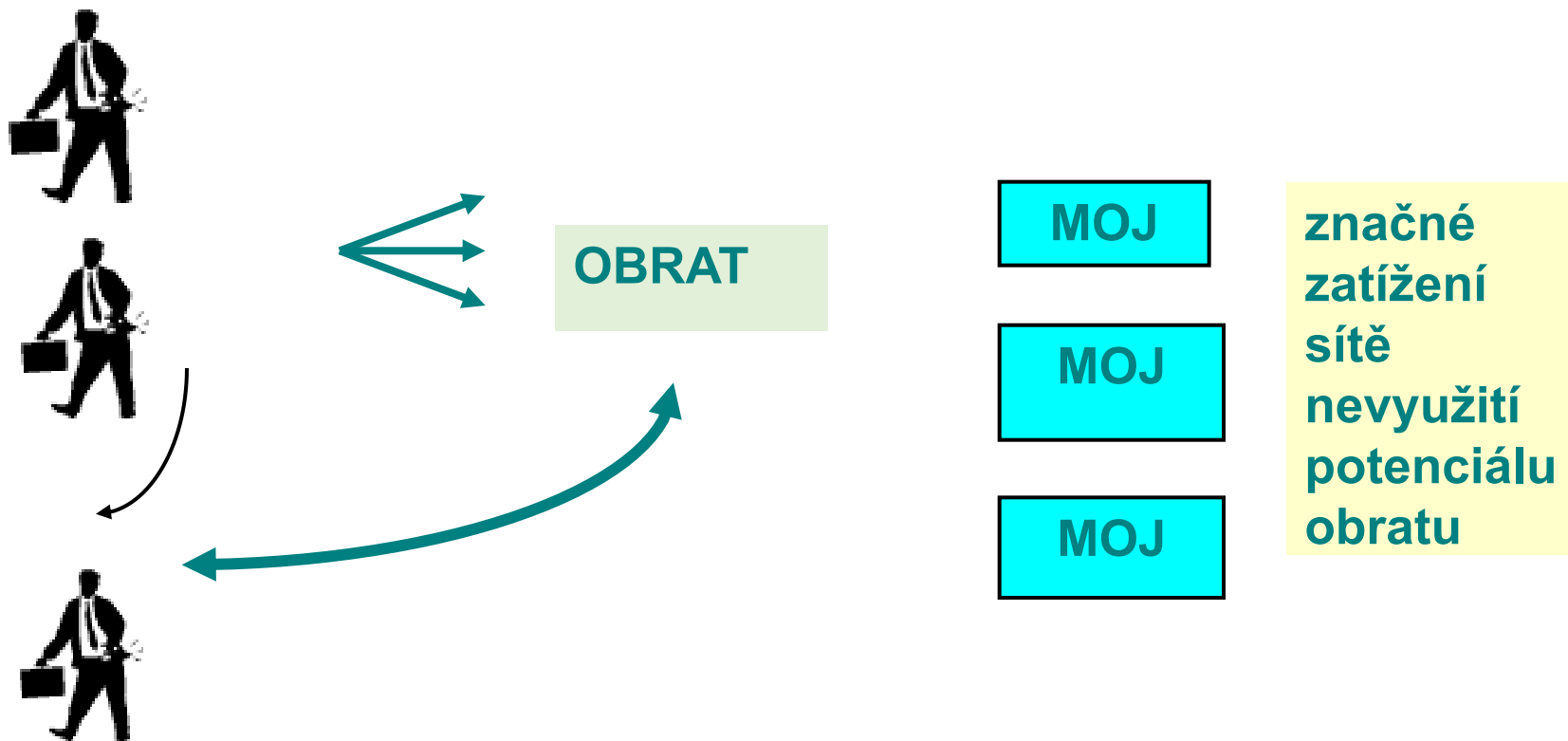
optimální
intenzita
práce a
využití
kapacity



2)

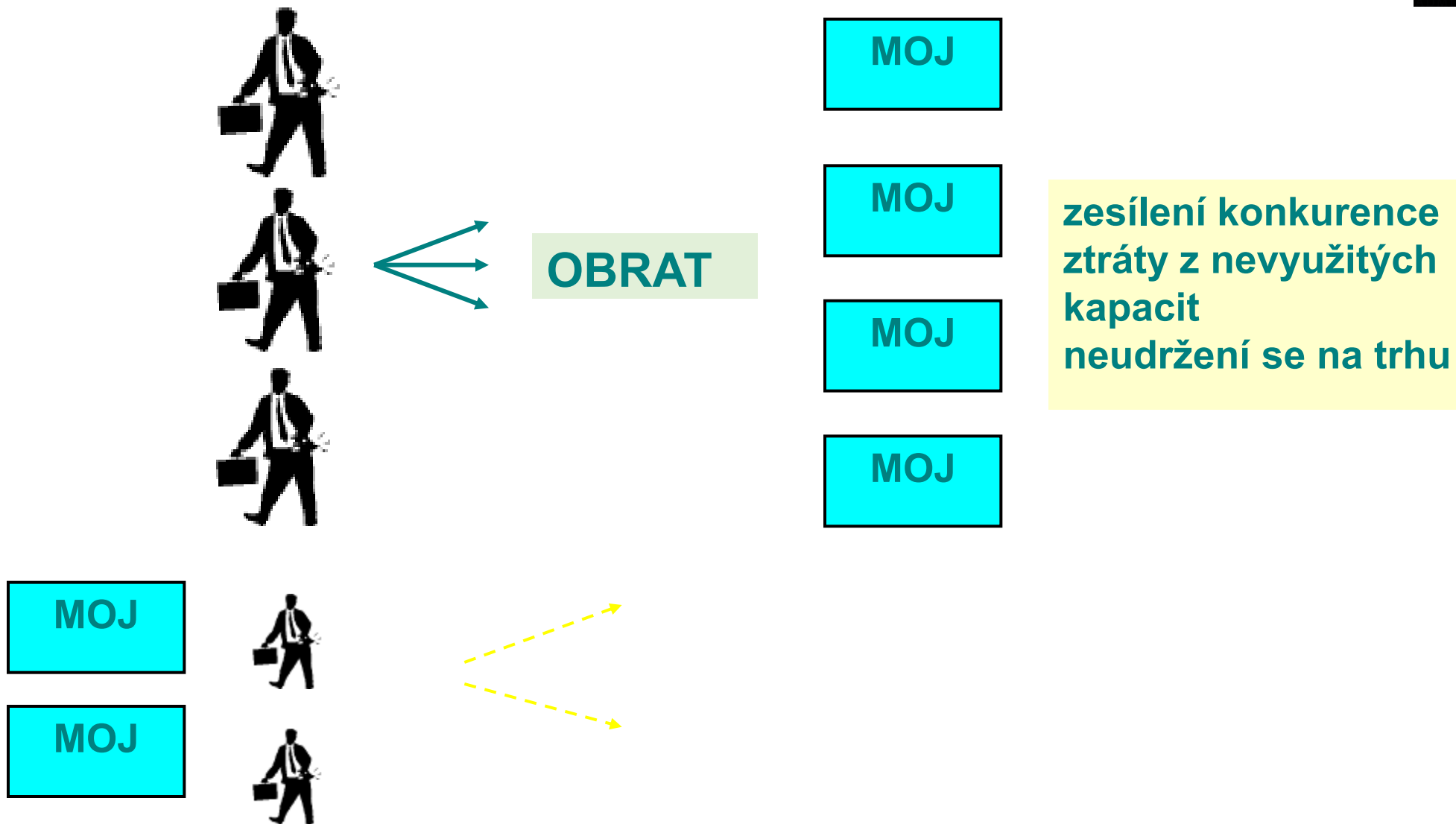
(KF)

> KAPACITA MOS



3)

(KF) < KAPACITA MOS





5. Prostorová a provozní koncentrace MOS

Provozní stránka koncentrace

- sdružování nabídky do jedné, případně menšího počtu jednotek, projevem provozní koncentrace je **zvyšování průměrné velikosti prodejen**
- je závislý na hustotě osídlení a přijatelné dostupnosti pro zákazníka dané charakterem sortimentu.

Prostorová (územní) stránka - soustředování provozních jednotek maloobchodu do center osídlení a bytové zástavby či míst s přirozeným nákupním spádem, nejčastěji se projevuje vznikem nákupních center.

Růst velikosti prodejen



Soustředování na jednom místě



Umístění prodejen v sídelních útvarech



Ve městech:

Dle stupně návaznosti:

- samostatné
- skupinové (monosortimentní, polysortimentní)

Dle stavebně technického řešení:

- samostatné provozní objekty (SM, HM, DIS...)
- součást obchodní třídy, pěší zóny, náměstí, nákupního centra
- umístění bytovém domě.

Pěší zóny

Cílem - nerušené prostředí pro nákup zákazníků, omezena nebo zcela vyloučena doprava, zónu mohou tvořit například ulice, pasáže, náměstí a parky, anebo ji mohou vytvářet uzavřená nákupní centra.

Obchodní střediska

Obchodní střediska se mohou dobře uplatnit na všech úrovních obchodní vybavenosti, a to jak okrskové, obvodové i centrální, vyvinula se z tržnic...

Vyhodnocení ekonomické efektivity lokalizace



- klasické investiční rozhodnutí, kdy obchodní firma zvažuje, zda uvažovaný projekt přinese patřičné zhodnocení vložených finančních prostředků.
- při tomto hodnocení je využíváno standardního metodologického aparátu posuzování ekonomické efektivity investic.
- obchodní organizace se tedy zaměřuje na čistou současnou hodnotu, dobu návratnosti investice, index ziskovosti, či vnitřní výnosové procento.
- při provádění výpočtů územní a tržní analýzy se doporučuje ve výpočtech pracovat spíše s pesimistickým scénářem, aby obchodník předešel nepříjemnému překvapení ve fázi realizace projektu.

Územní analýza je východiskem - odhaduje kupní potenciál v lokalitě a možnost jeho získání s ohledem na již působící v ní konkurenční podniky.



Shrnutí přednášky

Principy řešení MOS

Hierarchie v uspořádání – stupně obchodní vybavenosti

Akční rádius – minimální hranice, maximální hranice

Nákupní spád- kladný záporný, vnější, vnitřní NS

Rovnoměrnost v rozmístění MOS – vztah mezi kapacitou MOS a koupěschopnou poptávkou

Provozní a prostorová koncentrace

Specifika podnikání v městském a venkovském prostoru
Umístění a řešení prodejen