

# Principy řešení MOS



**SILESIAN  
UNIVERSITY**  
SCHOOL OF BUSINESS  
ADMINISTRATION IN KARVINA

**Ing. Radka Bauerová, Ph.D.**

Seminář č. 9

30. 11. 2022

# CÍL SEMINÁŘE

---



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

1. Procvičení teoretických znalostí z oblasti principů řešení a uspořádání maloobchodních sítí
2. Spojení teorie s praxí pomocí cvičení na určování vhodnosti zřízení MOS v konkrétním městě

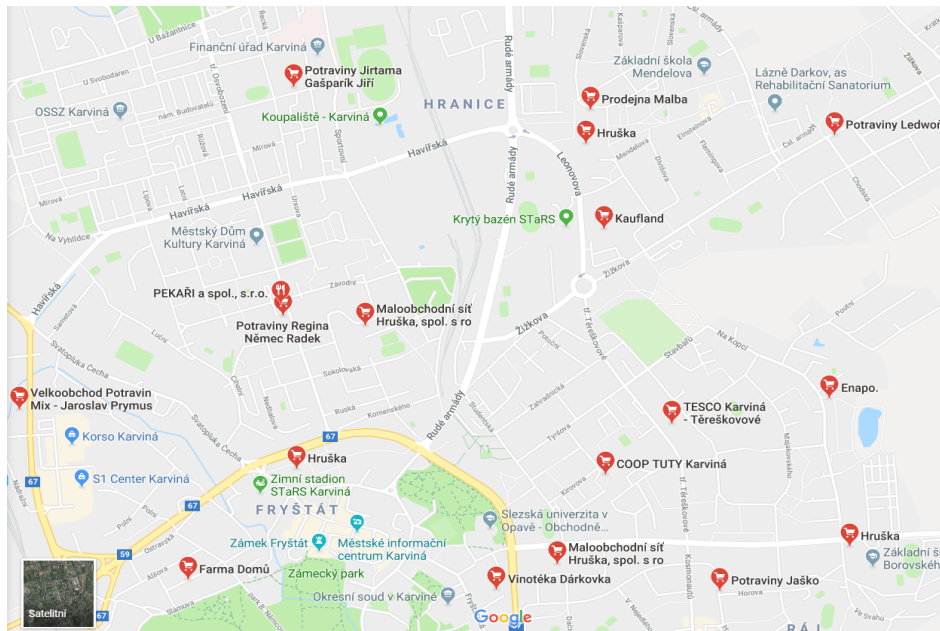


# PROCVIČENÍ TEORETICKÝCH ZNALOSTÍ Z PŘEDNÁŠKY



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

Jaké jsou základní principy řešení a uspořádání maloobchodní sítě?



Akční rádius  
a dostupnost



Nákupní spád



Rovnoměrnost v  
rozmístění



Koncentrace MOS



Hierarchie  
v MOS

# PROCVIČENÍ TEORETICKÝCH ZNALOSTÍ Z PŘEDNÁŠKY

Co je to **akční rádius** a jaké **vlivy** na něj působí?

Akční rádius je tou částí okolí MOJ, ve které působí a pro kterou zajišťuje nákupní podmínky. Je představován určitým počtem potencionálních zákazníků, jež svými nákupy mohou zajistit plynulý a efektivní provoz MOJ.

## **Vlivy působící na AR:**

- Počet obyvatel
- Hustota osídlení
- Charakter zástavby (bytová zástavba)
  - Struktura obyvatelstva
- Charakter sortimentu, docházková vzdálenost
  - Frekvence poptávky
  - Spádové poměry
  - Konkurence



# Výpočet potencionálních zákazníků v AR při stanovené docházkové vzdálenosti



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

Jak zjistím, kolik potencionálních zákazníků se nachází v AR při docházkové vzdálenosti 10 minut?

Rozloha města Karviná: 57,49 km<sup>2</sup>

Počet obyvatel (2020): 52 128

Počet obyvatel na 1 km<sup>2</sup>: 907

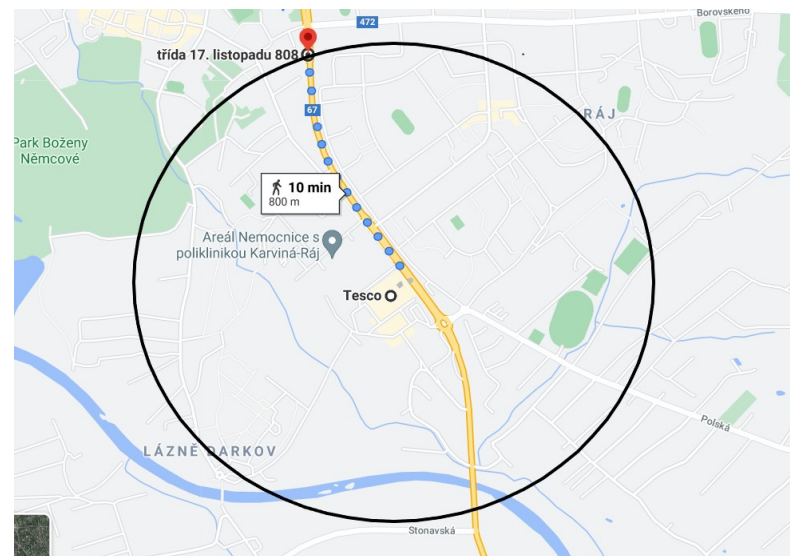
Akční rádius MOJ Tesco při docházkové vzdálenosti 10 minut:  $r = 0,8 \text{ km} \rightarrow P = 2 \text{ km}^2$

## Výpočet

Počet potenciálních zákazníků v AR = AR při docházkové vzdálenosti 10 minut (plocha AR) \* počet obyvatel na 1 km<sup>2</sup>

Počet potencionálních zákazníků v AR =  $2 * 907 = 1 814$  potencionálních zákazníků

Akční rádius v doch. vzd. 10 minut kolem MOJ Tesco Karviná



Zdroj: Google maps, vlastní úprava

Plocha kruhu  $P = \pi \times d^2/4 = \pi \times r^2$

Poloměr  $r$  – zjistíte přes Google maps zadáním docházkové vzdálenosti ve výši 10 minut

# PROCVIČENÍ TEORETICKÝCH ZNALOSTÍ Z PŘEDNÁŠKY



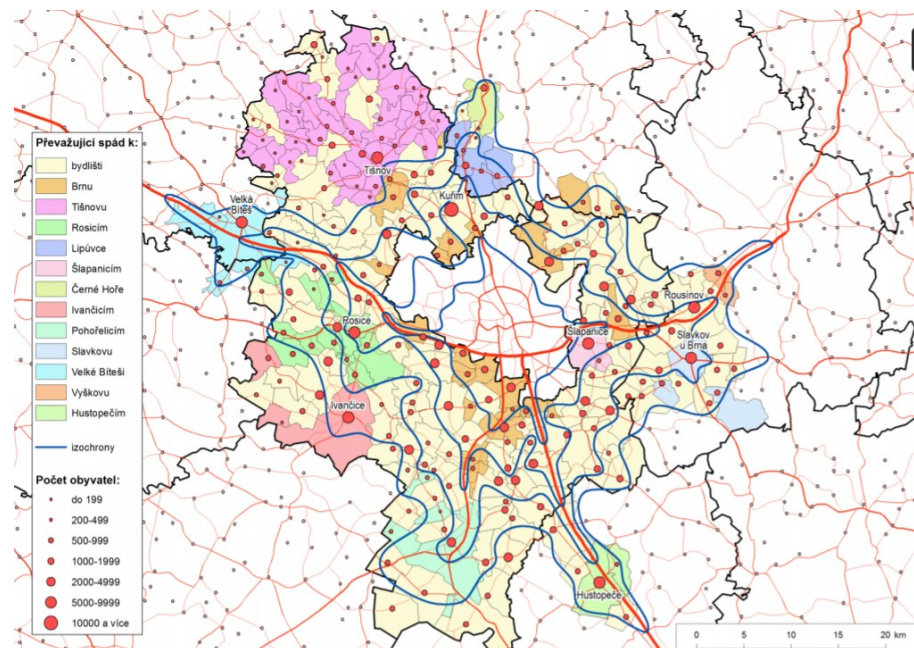
**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVÍNĚ

## Co je to **nákupní spád** a jak jej vymezujeme?

Nákupní spád představuje realizaci části výdajů (koupěschopné poptávky) obyvatelstva v **jiném než v místě jeho bydliště**.

- Vymezujeme jej **saldem nákupního spádu**
- Intenzitu a směr nákupního spádu pak měří **ukazatel míry realizace výdajů obyvatelstva**

## Nákupní spád aglomerace Brno



Zdroj: Kunc et al., 2012

# PROCVIČENÍ TEORETICKÝCH ZNALOSTÍ Z PŘEDNÁŠKY

Vypočítejte **saldo nákupního spádu (absolutně i relativně)** a **ukazatel míry realizace výdajů obyvatelstva** z těchto údajů:

- Ve městě Dolní Lutyně byl v maloobchodní síti s potravinami realizován obrat ve výši **15 mil. Kč/rok**.
- Zároveň víme, že průměrný spotřební výdaj na jednoho obyvatele za potraviny činí cca **36 000 Kč/rok**.
- Pro danou lokalitu se odhaduje index kupní síly ve výši **0,85**.
- Počet obyvatel dané lokality je **5 216**.

**Saldo nákupního spádu v absolutní výši:**

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

**Saldo nákupního spádu v relativním vyjádření:**

$$\%NS_{lk} = Mo_{lk} - KF_{lk} / KF_{lk} * 100$$

**Ukazatel míry realizace výdajů obyvatelstva:**

$$I_{MRlk} = Mo_{lk} / MO'_{lk} \text{ (výsledek } * 100, \text{ aby se jednalo o míru)}$$



# PROCVIČENÍ TEORETICKÝCH ZNALOSTÍ Z PŘEDNÁŠKY

Výpočet salda nákupního spádu:

## 1) Absolutně

$$NS_{LK} = 15\,000\,000 - (5\,216 \times 36\,000 \times 0,85)$$

$$NS_{LK} = -144\,609\,600 \text{ Kč}$$

⇒ **Záporný nákupní spád**

## 2) Relativně

$$\%NS_{LK} = (15\,000\,000 - 159\,609\,600) / 159\,609\,600 * 100$$

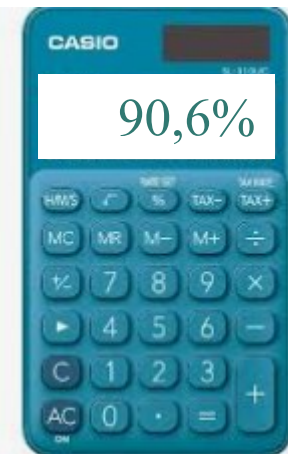
$$\%NS_{LK} = -90,6\%$$

## 3) Ukazatel míry realizace výdajů obyvatelstva

$$MR_{LK} = 15\,000\,000 / 159\,609\,600 * 100$$

$$MR_{LK} = 9,4\%$$

⇒ **V lokalitě je záporný NS ve výši 90,6% -> odliv koupěschopné poptávky**





# PROCVIČENÍ TEORETICKÝCH ZNALOSTÍ Z PŘEDNÁŠKY

---

V oblasti **rovnoměrnosti rozmístění MOS** může dojít ke třem situacím.  
Popište a vysvětlete tyto situace:

**A)  $KF = \text{KAPACITA MOS}$**

**B)  $KF > \text{KAPACITA MOS}$**

**C)  $KF < \text{KAPACITA MOS}$**

Jaký je rozdíl mezi **provozní stránkou** a **prostorovou stránkou** u koncentrace MOS?

## **PROVOZNÍ:**

- sdružování nabídky do jedné
- menší počet jednotek zboží
- projevuje se zvyšováním průměrné velikosti prodejen (zvýšení kvality služeb)

## **PROSTOROVÁ:**

- soustředování provozních jednotek maloobchodu do center osídlení a bytové zástavby
  - projevuje se vznikem nákupních center
-

# PROCVIČENÍ TEORETICKÝCH ZNALOSTÍ Z PŘEDNÁŠKY



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

Proč je důležitá **hiearchie** v řešení MOS?

Stupně obchodní vybavenosti	Počet obyvatel cca v tis.	Odhad MR v %	Nákupní spád, převažující saldo NS	Doporučované typy prodejen
Základní (okresková)	1 – 10	potraviny: MR (60-80 ) nepotraviny MR (25-40)	záporný	<ul style="list-style-type: none"><li>• smíšená prodejna</li><li>• plnosortimentní prodejna potravin (supereta)</li><li>• supermarket</li><li>• prodejny typu cukrárna, lahůdky</li><li>• širokosortimentní prodejna nepotravinářského zboží</li></ul>
Obvodová	10 – 50	potraviny: MR (70-100) nepotraviny: MR (30-75)	záporný	<ul style="list-style-type: none"><li>• prodejny základní obchodní vybavenosti +</li><li>• specializované prodejny nepotravinářského zboží</li></ul>
Čtvrtěová (sektorová)	40 a více	potraviny: MR (90-115) nepotraviny: MR (70-120)	záporný/kladný	<ul style="list-style-type: none"><li>• prodejny obvodové vybavenosti +</li><li>• specializované a úzce specializované prodejny nepotravinářského zboží</li></ul>
Centrální (celoměstská)	záleží na stupni spádovitosti	záleží na velikosti města a struktuře osídlení	záporný/kladný	<ul style="list-style-type: none"><li>• prodejny čtvrtěové vybavenosti</li><li>• obchodní domy</li><li>• úzce specializované prodejny různého sortimentu</li><li>• sezónní prodej (občerstvení, upomínky, květiny)</li></ul>

# STUDIE: orientovaná na zhodnocení možnosti zřízení specializované prodejny v Orlové na základě principů řešení a uspořádání MOS

Týmová práce po 2 až 4 studentech

Termín odevzdání: na příštím semináři

Možnost získat **až 2 bonusové body** dle kvality zpracování!

## Proces vypracování zadání:

- 1) Každý tým vypracuje studii, ve které rozhodne v souladu se **základními principy řešení a uspořádání MOS**, zdali je vhodné zřídit specializovanou prodejnu s oblečením ve městě Orlová.
- 2) Počet obyvatel města Orlová je cca **29 108**, index kupní síly je pro město Orlová podle šetření Incoma Gfk ve výši **0,863**, podle údajů ČSÚ činí průměrný spotřební výdaj na jednoho obyvatele za odívání a obuv v moravskoslezském kraji cca **5 760 Kč/rok**, v této maloobchodní síti byl realizován obrat ve výši cca **56 852 890 Kč/rok**. Kapacita MOS = **60 000 000 Kč/rok**.

Akční rádius  
a dostupnost

Nákupní spád

Rovnoměrnost v  
rozmístění

Koncentrace MOS

Hierarchie  
v MOS

# INFORMACE K PŘÍŠTÍMU SEMINÁŘI

## Tipy pro prezentování:

- V týmu si rozdělte role – kdo bude mít úvodní slovo, kdo bude mluvit o konkrétních bodech
- V prezentaci stačí krátce shrnout ty nejdůležitější body, takže se naučte svou část nazpaměť
- Prezentaci si v týmu vyzkoušejte nanečisto, ať nevznikají „hluchá“ místa, kdy nevíte, kdo kterou sekci má říkat a jestli už domluvil.



Na příští seminář si připravte prezentace v PowerPointu 😊



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

---

# Děkuji za pozornost

