

# Základy ekonomiky maloobchodního prodeje



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

**Ing. Lucie Vavrušková**

Seminář č. 10

7. 12. 2023

# Co je rozpočet?

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

Základním nástrojem plánování, řízení a kontroly maloobchodní jednotky je **rozpočet** pro určité časové období (rok, čtvrtletí, měsíc), který musí obsahovat určité rezervy tak, aby ho bylo možné během daného období upravovat dle aktuálních potřeb MOJ

---

# Z čeho se skládá rozpočet?



Příjmy

Výdaje

Jiné příjmy

Tržby za zboží a služby

Propagace

Energie

Provozní náklady

Nájem

Pojištění

Nákup zboží

Odpisy

Personální náklady

Daně, úroky

Další výdaje

# Co je prodejní cena?

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

**Prodejní cena** zboží se skládá z **nákupní ceny** a **obchodní přírážky**. Obchodní přírážka je pak součtem provozních nákladů a zisku obchodníka (marže).

---

# Výpočet obchodní přírážky

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

Obchodní přírážka je procentuální vyjádření toho, co bylo k nákupní ceně přiráženo a vypočítává se následovně.

$$\text{Obchodní přírážka} = (\text{prodejní cena} - \text{skladová cena}) / \text{skladová cena} \times 100$$

---

# Plán prodeje pro novou prodejnu

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

$$MO_{AR} = O_{AR} \cdot V_o \cdot I_{KS} \cdot I_{MR1k}$$

$O_{AR}$  – počet obyvatel akčního rádia (z kruhové metody)

$V_o$  - průměrný spotřební výdaj (průměrné celonárodní prodeje)

$I_{KS}$  – Index kupní síly

$I_{MR}$  – Index míry realizace výdajů obyvatelstva

# Příklad



Proveďte odhad plánu prodeje pro novou prodejnu, která by měla prodávat v převažující míře potravinářský sortiment. Prodejna bude umístěna v malém městě, v němž žije asi 3000 obyvatel. Momentálně zde existují cca 2 prodejny přibližně stejné velikosti. Dá se očekávat, že cca 30 % obyvatel bude stále nakupovat potraviny v blízkém velkém městě, kam dojíždí za zaměstnáním.

Máme k dispozici tyto údaje:

$V_0$  cca 25 000 Kč na 1 obyv./1rok

$I_{MR}$  0,7

$I_{KS}$  0,92



$$MO_t = O_{Ik} * V_o * I_{MR} * I_{KS}$$

$$MO_t = 3\,000 * 25\,000 * 0,7 * 0,92 = 48\,300\,000 \text{ Kč}$$

## Odpověď:

Pokud by zde prodejna existovala sama, pak by odhad plánu prodeje činil cca 48 mil. Kč. Vzhledem k tomu, že jsou zde již dvě stejné prodejny, pak se odhad pohybuje na úrovni 1/3, což představuje zhruba 15 mil. Kč za rok.

Pro počátek podnikání je vhodné ještě odhad snížit.

Navíc je vhodné vyhodnotit i demografickou strukturu potenciálních zákazníků, to znamená, kdo v ní převažuje, zda důchodci, rodiny bez dětí či s dětmi, protože jejich výdaj se bude lišit.

Vzhledem k odhadu prodeje je třeba také zhodnotit, zda se nám investice do zřízení nové prodejny vzhledem k dosahovanému prodeji vrátí.



# DISKUZE K SEMINÁRNÍ PRÁCI



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

Prezentace seminárních prací a diskuze k nim bude probíhat ve škole dle harmonogramu, do kterého jste se zapisovali. Pokud si někdo není jistý, který den má prezentovat, tak kontaktujte svého vyučujícího. Všechny týmy jsou povinné si vytvořit prezentaci v PowerPointu, ve které shrnou nejdůležitější body své SP.

1. Délka prezentace je stanovena na **5 minut** s **následnou diskuzí**.
2. Ve své prezentaci představíte vždy čtyři nejdůležitější body práce dle následujícího schématu.



# DISKUZE K SEMINÁRNÍ PRÁCI



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

Studenti ve své prezentaci představí svůj projekt maloobchodní jednotky, či jiné zvolené téma seminární práce následovně:

## **Projekt MOJ, či projekt fiktivní MOJ:**

1. Důvod zvolení dané MOJ + nabízený sortiment zboží
2. Představení exteriéru MOJ
3. Představení interiéru MOJ
4. Návrhy a doporučení

## **Projekt e-shopu:**

1. Důvod zvolení daného e-shopu + nabízený sortiment zboží
2. Cenové rozpětí, informace k platebním podmínkách a podmínkám dodání
3. Představení designu webové stránky
4. Návrhy a doporučení



# DISKUZE K SEMINÁRNÍ PRÁCI



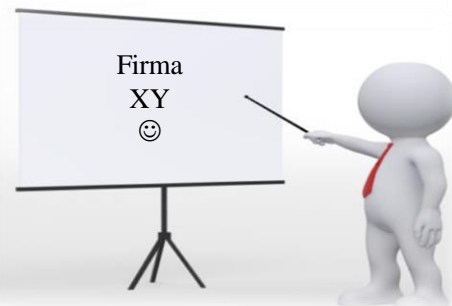
SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

## Téma maloobchodní firma XY a její postavení na trhu:

1. Důvod zvolení dané maloobchodní firmy
2. Představení obchodního sortimentu
3. Typy prodejen
4. Zajímavosti

## Téma velkoobchodní firma XY a její postavení na trhu:

1. Důvod zvolení dané velkoobchodní firmy
2. Představení obchodního sortimentu
3. Typy používaných skladů
4. Zajímavosti



# INFORMACE K PŘÍŠTÍMU SEMINÁŘI



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

## 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

