



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

**Vytvořeno v rámci projektu
Nové výzvy, nové příležitosti, nová škola**

Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky

5. Obchodní operace

Výukový materiál

Shrnutí učiva:

Pracovní operace, které se uskutečňují v prodejně, nazýváme **obchodními operacemi**.
Cílem maloobchodních operací je dokonale připravit prodej zboží včetně vlastního prodeje.

Pracovní procesy v prodejně

1. nákup zboží
2. příjem zboží
3. skladování zboží
4. příprava zboží k prodeji
5. prodej zboží
6. ostatní související doprovodné práce

Nákup zboží

Účelný nákup zboží je podmínkou úspěšného prodeje.

Udržuje nutné zásoby zboží v požadované struktuře.

Nákup zboží má určitá pravidla:

1. musí sledovat pohyb zásob podle sortimentu
2. musí sledovat vývoj situace na trhu
3. musí sledovat výsledky spotřebitelské poptávky
4. dodržovat termíny pro předkládání objednávek

Příprava k nákupu

Cíl – včasné krytí objednávky prodejny dodávkou zboží.

Prodejna vychází ze stavu zásob, informací o poptávce, z obratu a cyklu dodávek.

Je nutné brát v úvahu sezónní vlivy (svátky – vánoce, velikonoce, léto, zima)

Sledování spotřebitelské poptávky

Znalost spotřebitelské poptávky je jedním z nejdůležitějších podkladů pro správné sestavení objednávky. Její vývoj se sleduje podle druhů prodaného zboží, podle neuspokojených požadavků.

Na úroveň poptávky působí:

- úroveň příjmů obyvatelstva
- sociální skladba obyvatelstva
- celková situace
- rozsah a úroveň nabídky
- úroveň cen
- existence zastupitelného a doplňujícího zboží
- další prvky (móda)

Metody průzkumu poptávky

- a) výzkumy prováděné v terénu, tzv. primární
- b) druhotné výzkumy – ze statistických údajů prodejen
- c) psychologické a sociologické průzkumy
- d) matematicko – statistické výzkumy

Vlastní nákup a objednávání zboží

Účastníci nákupu – prodejna (odběratel)
- dodavatel

jedná se o

- přímé dodávky od výrobce
- nepřímé dodávky z velkoobchodu

Na základě stavu zásob a spotřebitelské poptávky se sestaví objednávka zboží, která se předá výrobní nebo velkoobchodní firmě.

Objednávky jsou vyhotovovány

- a)prodejnou
- b)obchodním zástupcem společně s pracovníkem prodejny
- c)prodejcem

V objednávce mají být uvedeny všechny druhy zboží, po kterých je poptávka a dále

- přesná adresa příjemce objednávky a dodavatele
- datum a číslo objednávky
- měrná jednotka
- množství
- hodnota celkem
- razítko a podpis

Uzavření kupní smlouvy

Kupní smlouvou se prodávající zavazuje dodat kupujícímu zboží a převést na něj vlastnická práva k této věci, kupující se zavazuje zaplatit kupní cenu.

V kupní smlouvě je účelné dodržet tyto náležitosti:

- doba místo a způsob předání zboží
- přechod vlastnictví
- záruka za jakost
- reklamační nároky
- doba a způsob zaplacení kupní ceny
- sankce za porušení povinností

Co není uvedeno ve smlouvě, řídí se obchodním zákoníkem.

Příjem zboží

Z technologického pohledu můžeme definovat příjem zboží jako činnosti bezprostředně se zabývající manipulací se zbožím při vstupu zboží do prodejny. Z obchodního hlediska pod pojmem příjem zboží rozumíme, kromě vedlejších pomocných činností, tyto **dvě hlavní operace**:

- odběr zboží** od dodavatele
- přejímku zboží** -kontrolu množství a jakosti odebraného zboží..

Podstatou odběru a přejímky zboží je zachytit stav zásilky po příchodu do prodejny a zajistit právní podklady pro hmotnou odpovědnost za dodané zboží.

Příjem zboží bude optimální a zároveň bude usnadňovat pohyb zboží v prodejně, jestliže budou splněny tyto podmínky:

- koncentrace příjmu do jednoho místa** – dodávka má být prováděna poblíž skladové plochy a neměla by se křížit s cestami zákazníků. Tímto místem je nejčastěji rampa.
- vybavení vhodnými mechanizačními a věcnými prostředky** – příjem zboží má být usměrňován tak, aby pohyb zboží byl jednosměrný a usnadňoval manipulaci se zbožím.
- organizační zajištění** – za příjem zboží je odpovědný konkrétní zaměstnanec. Ke správnému organizačnímu zajištění příjmu zboží patří i plán příjmu dodávek. Aby bylo možno sladit celý provoz prodejny a zajistit rovnováhu pracovního fondu, je nutné příjem a jeho návazné činnosti plánovat.

Odběr zboží

Provádí se ihned při dodávce zboží do prodejny. Při něm se má odběratel – prodejna přesvědčit, zda dostává takovou zásilku, která je uvedena v dodacím listu, zejména zda je zásilka zevně neporušena a zda souhlasí počet manipulačních jednotek.

Pro odběr zboží jsou určeny **tyto podmínky**:

- místo odběru** : rampa, sklad nebo stanice určení, pošta
- účast při odběru** : dopravce zboží nebo dodavatel (řidič, závozník) a vedoucí prodejny nebo jím pověřený pracovník
- doklad**, podle kterého se uskutečňuje odběr – je jím přepravní list (dodací list, nákladní list, faktura...)

Odběr musí být **zaměřen** na zjištění:

- zjevné neporušenosti zásilky**, neporušenosti plomby
- totožnosti údajů** vyznačených na přepravních obalech a v průvodních dokladech a odsouhlasení počtu obalů, beden, balíků apod.

Odběr zboží v prodejně přísluší vedoucímu nebo pracovníkovi jím pověřenému, a to v přítomnosti dodavatele nebo dopravce (obvykle závozníka dodavatele). Odpovídá-li dodané zboží údajům v průvodních dokladech, potvrdí jeho odběr vedoucí prodejny na dodacím listu a předá jej závozníkovi dodavatele.

Vyskytnou-li se však při odběru jakékoliv nesrovnalosti, sepíše se zápis, který podepíše též přítomný zástupce dodavatele.

Přejímka zboží

Přejímka, jako **druhá fáze příjmu zboží**, následuje po odběru zboží a vedoucí prodejny ji má uskutečnit ihned.

Pro vlastní přejímku zboží platí všeobecně tato pravidla:

- místo přejímky** – sklad prodejny
- faktura, dodací list** podle které se přejímka uskutečňuje.

Přejímka zboží zahrnuje:

- kvantitativní** (množstevní) **prejímku**, při níž se porovnává skutečně dodané množství s účtovaným – pře počítání, měření, vážení.

-kvalitativní (jakostní) přejímku, při které dochází **ke srovnání jakosti** přejímaných výrobků s jakostí standardu dohodnutého mezi dodavatelem a odběratelem.

Podle rozsahu můžeme jakostní přejímku zboží dělit na:

-úplnou (stoprocentní) – kontrola každého výrobku, používá se u dodávek, kde jakost jednotlivých výrobků může být různorodá (auta, klenoty, elektronické výrobky..)

-neúplnou (výběrovou), do které spadá přejímka **namátková, procentní, statistická** – z celé dodávky vybereme určitou část výrobků (výběr – vzorek). Překontrolujeme vzorek a výsledky vztáhneme na celou dodávku.

Sortimentní kontrolou se porovnává rozsah vyřízení objednávky, soubornost a kompletnost dodávky, výrobek je nekompletní, jestliže chybí některá samostatně použitelná část, která měla být s výrobkem dodána, ale také příslušenství (např. návod k použití, záruční list, náhradní díly..)

Cenovou a početní kontrolu se porovnávají účtované ceny s cenami uvedenými v ceníku dodávající firmy. Stejně tak provede početní kontrolu jednotlivých účtovaných položek i celkového obnosu faktury.

Skladování zboží

Zboží se skladuje tak, aby byly zachovány jeho původní užité vlastnosti. Podmínky skladování musí odpovídat určitému druhu zboží.

Uskladnění zboží -uložení zboží ve skladovacích prostorech prodejny, jeho označení, účelné rozmístění a obměna, rovněž odborná péče o ně.

Každá prodejna má skladovat tak velké zásoby zboží, aby mohla plynule prodávat.

Skladovací podmínky a prostory

Základní podmínkou je čisté prostředí.

Dveře a vrata musí těsnit a být konstrukčně řešeny tak, aby znemožňovaly vniknutí škodlivých živočichů. Totéž platí o **oknech**, ty zároveň musí umožňovat větrání.

Stěny a stropy musí hladké, čisté, bez spár.

Podlahy – čisté bez prasklin, není vhodný beton (prašný), bez prahů a výškových rozdílů.

Zásady skladování zboží

1. zásada přehledného a účelného rozmístění zboží (usnadňuje kontrolu a manipulaci)
2. zásada dovoleného a nedovoleného sousedství
3. zásada obměňování zboží
4. zásada zajištění vhodných skladovacích podmínek podle druhů zboží
5. zboží musí mít dostatečný odstup od stěn (alespoň 20 cm)
6. zboží nesmí ležet na podlaze (alespoň 15 cm)

Skladování obalů:

-představují velké hodnoty a musí se skladovat na odděleném místě od zboží

-musí být čisté

-musí se zamezit jejich poškození

Organizace práce a bezpečnost:

- pro optimalizaci činností se používá výpočetní technika
- pracovní operace se stále opakují, proto se vytvářejí předpisy a pracovní postupy
- pracovníci musí být na tyto postupy řádně proškoleni, rovněž na ochranu zdraví a předcházení úrazů
- musí být používány ochranné prostředky

Příprava zboží k prodeji

- spočívá v ošetření zboží před prodejem** (snižuje ztráty, o zboží se během skladování musí pečovat, udržovat v čistotě, při správné teplotě, trvanlivost)
- přebalování a předvažování zboží** (zrychluje obsluhu zákazníků)
- úprava zboží před prodejem**
- vystavování zboží** (je ovlivněno formou prodeje, usnadňuje zákazníkovi výběr, označení cenovkami, je nutné dodržovat hygienické a bezpečnostní zásady)
- doplňování zboží** (nejčastěji po nebo před otevřením, v průběhu jen ,když se zboží doprodá)

Vlastní prodej zboží

O úspěšnosti obchodní firmy rozhoduje nabídka zboží, která má co neúčinněji podnítit zájem o koupi zboží.

Osobní nabídka

- doplňková nabídka** (vhodná pro doplnění, úpravu nebo ošetření vybraného zboží)
- nabídka nových druhů zboží** (záleží na vystavení, poutači a označení novinky)
- připomínková nabídka** (připomenutí, že určitý druh zboží je na skladě a je výhodné ho koupit)

V prodejnách s obsluhou nabídku obstarává prodavač. Úspěch záleží na formě a provedení nabídky, důležitý je hlas prodavače (mluvit prostě, jasně, přirozeně, zřetelně).

Nabídka v prodejnách s volným výběrem a v samoobsluhách

Jedná se o optickou nabídku, při níž je použito vlastní zboží, které je zákazníkovi předloženo. Cíl – upoutat pozornost zákazníka a podat mu základní informace.

Nejvhodnější z hlediska optické nabídky jsou ta místa, kde dochází k nejčastější kumulaci zákazníků.

Doplňkovou nabídku v těchto prodejnách uskutečňujeme tehdy, když zákazník žádá zabalení zboží, nebo informace o zboží.

Využití reklamních prostředků při nabídce

Hlavním úkolem reklamy v obchodě je působit na estetické cítění zákazníka a podněcovat ho ke koupi zboží.

Nejvýznamnější prostředek – **výkladní skříně** :

- zboží vystavujeme v přirozené a typické poloze
- aranžujeme ve skupinách
- zboží označíme cenovkami (čitelné nejméně na vzdálenost 2 metrů, úhledné, krátký popis zboží)

Úspěšnou nabídku podporuje dále :

- vnější a vnitřní vzhled a zařízení prodejny
- maximální přehlednost
- ochutnávky
- nabídka dne

Kontrolní otázky

1. Vyjmenujte pracovní procesy v prodejně.
2. Jaká pravidla má nákup zboží?
3. Co působí na úroveň spotřebitelské poptávky?
4. Jaké metody se používají na průzkum poptávky?
5. Popište rozdíl mezi odběrem a přejímkou zboží.
6. Jaké typy přejímky znáte?
7. Popište skladovací podmínky a prostory.
8. Vyjmenujte zásady skladování zboží.
9. V čem spočívá příprava zboží k prodeji?
10. Jaké znáte druhy osobní nabídky?
11. Co podporuje úspěšnou nabídku?

Úkoly:

1. Popište a posuďte ekonomické dopady hromadění nepotřebných zásob v prodejně.
2. Navrhněte soubor opatření při ukládání zboží, která umožní lehce zjistit, které zásoby zboží je třeba nákupem doplnit.