

Otázka: Obchodní sortiment

Předmět: Logistika, Doprava

Přidal(a): Barbora Dvořáková

Vymezení pojmu sortiment, výrobní a obchodní sortiment

Jako sortiment bývá označován:

- cílevědomě soustředěný a utříděný soubor výrobků, ale i výkonů a služeb

Původ slova sortiment:

- slovo sortiment má původ v latinském slově **sortior** – rozdělovat, rozřazovat

Utřídění zboží může být provedeno podle různých hledisek:

- podle výrobního materiálu
- podle účelu použití
- podle frekvence zákazníků
- podle častosti spotřeby

Výrobní sortiment:

- je soubor výrobků v rámci výrobního programu
- je produkován určitou továrnou, výrobním závodem, koncernem či jiným seskupením

Obchodní sortiment:

- je soubor výrobků uspořádaných podle určitého obchodního záměru
- je dnes téměř všechno, co se vyrábí, protože výrobky přicházejí do sféry oběhu, tedy obchodu

Dvě hlavní velké skupiny zboží v oběhu:

- spotřební zboží
- polotovary, suroviny, materiál (typické pro výrobu)

Změny v sortimentu spotřebního zboží:

a) vývojové změny:

- jsou spojeny s vývojem (změnami, zdokonalováním) výrobního procesu a inovacemi a se změnami potřeb obyvatelstva
- působí na dynamiku sortimentu

b) sezónní změny:

- jsou spojeny s časovými výkyvy ve spotřebitelské poptávce, se spotřebitelskými zvyklostmi během roku
- se nepromítají do dynamiky sortimentu

Hlediska třídění zboží

a) Podle výrobního materiálu:

- např. textilní zboží, kožená galanterie, nábytek

b) Podle účelu použití:

- sem patří potraviny, kuchyňské potřeby, ať již jsou ze skla, porcelánu, plastů, kovu

c) Podle zájmů zákazníků:

- sem patří prodejny (typu butik), soustřeďující různorodé výrobky, zaměřené na určitý okruh zákazníků, na určitou věkovou skupinu

d) Podle častosti spotřeby:

- toto hledisko je základem teorie maloobchodní sítě

Světová teorie rozeznává tři skupiny častosti potřeb:

Světová teorie rozeznává tři skupiny častosti potřeb:

a) Zboží denní (základní) potřeby:

- sem patří většina potravin a základní sortiment nepotravinářského zboží (mýdla, kosmetika, papírenské výrobky, apod.)

b) Zboží občasné potřeby:

- např. obuv, oblečení

c) Zboží dlouhodobé potřeby:

- např. nábytek, elektrořístroje pro domácnost, automobily, kožichy, koberce

Hranice mezi těmito skupinami nejsou pevně vymezené (mění se historicky, např. před 50 lety bylo podstatně méně zboží zařazováno do skupiny základních potřeb). Různé členění souvisí i s životní úrovní, s národními či regionálními zvyklostmi.

Zážitek z nákupu:

- je typický zejména pro nákupy zboží, které se nakupuje méně často a kdy je možno v dobrém prostředí a s dobrými službami podpořit i uspokojení z nově a dobře nakoupeného zboží

Třídění obchodního zboží

Základní třídění:

- potravinářské zboží
- nepotravinářské zboží

Členění potravinářského zboží:

a) suchý sortiment:

- zboží dodávané přes velkoobchodní článek, které nevyžaduje mimořádné podmínky skladování ani rychlost oběhu

b) rychle se kazící zboží:

- je charakterizováno převážně přímými dodávkami z výroby do prodejen
- u velkých obchodních firem i toto zboží převážně prochází přes velkoobchodní distribuční

centra

Členění nepotravinářského zboží:

a) měkký sortiment:

- představuje poměrně rozsáhlý soubor odívání, včetně obuvi

b) tvrdý sortiment:

- sem se řadí nábytek a potřeby pro domácnost (bílé pro kuchyně a koupelny, hnědé pro elektroniku)

Druh zboží

Pro řízení pohybu zboží a informací je nutno vycházet z každého jednotlivého výrobku, jakožto nejmenšího článku v sortimentu, tedy tzv. komerčního druhu.

Komerční druh zboží můžeme chápat:

- jako základní prvek obchodního sortimentu, který se liší od ostatních komerčních druhů hmotností, velikostí, tvarem (designem), obalem, cenou, užitím

Veškerá obchodní činnost vychází z tohoto vymezení komerčního druhu a pracuje s ním, počínaje objednávkou zboží a prezentací v prodejně konče. Vymezení druhu zboží je významné pro vytváření informačních systémů, ve kterých je třeba přesně definovat druh zboží.

Příklad:

- velké obchodní domy v Evropě vedou kolem 200 tisíc komerčních druhů zboží

Specializace a typizace prodejen

Vymezení základních pojmů:

Šířka sortimentu:

- představuje různé sortimentní obory, skupiny a podskupiny zboží, které uspokojují odlišné potřeby zákazníků
- znamená, že např. prodejna vede pánskou, dámskou i dětskou obuv, že vede i sportovní obuv a domácí obuv, ponožky apod.

Hloubka sortimentu:

- je tvořena druhy zboží, které uspokojují stejnou potřebu, avšak liší se užitnými vlastnostmi, případně cenou
- například v pánské kožené vycházkové obuvi se nabízí tři vzory nebo deset či dvacet, obdobně je to v provedení a počtu jednotlivých druhů vysoušečů vlasů apod.

Specializace prodejen:

- představuje omezování šířky sortimentu ve prospěch hloubky sortimentu
- s rozvojem výroby nepotravinářského zboží a s technickým rozvojem se vytvářely předpoklady pro existenci specializovaných a úzce specializovaných prodejen
- v současné době převládá opačný trend – tzv. **despecializace** (univerzalizace), jehož představitelem jsou velké prodejní jednotky (obchodní domy, hypermarkety, apod.)

Typizace prodejen:

- představuje vymezení podstatných znaků prodejen, přičemž jedním ze znaků je určení šíře a hloubky sortimentu
- dalšími znaky typizace může být rozsah služeb, rozmístění zboží, dispoziční řešení a uspořádání prodejní místnosti, způsob prodeje, chování prodávajícího personálu, způsob placení

Technologické členění sortimentu

- je členění, které podmiňuje nebo vytváří možnost racionálního způsobu manipulace se zbožím na maloobchodním nebo velkoobchodním stupni

A) Technologické členění zboží v maloobchodě:

- představuje jeho rozdělení na soubory vhodné pro jednotlivé způsoby prodeje

prodej zboží formou samoobsluhy:

- je to dnes nejrozšířenější forma prodeje
- ne každé zboží je pro tento způsob prodeje vhodné (například prodej malých věcí, módních doplňků, některé potraviny), hrozí nebezpečí zcizení zboží
- zákazníci si v klidu mohou zboží prohlédnout a vybrat
- přináší úspory v počtu pracovníků i pro vlastní maloobchodní jednotky

prodej zboží formou volného výběru:

- se využívá převážně u zboží velkých rozměrů
- zákazník si například může i sednout do křesla, vyzkoušet si počítač či jiné technické zařízení

B) Technologické členění zboží ve velkoobchodě:

- má podstatně větší význam než v maloobchodě

- jednotlivé druhy zboží představují zpravidla velké objemy nákupů a prodeje nebo naopak objemy malé
- je třeba se rozhodnout pro druh přepravního prostředku a vhodný skladovací systém

Využití technologického členění sortimentu při skladování:

a) skupina – skladování zboží na paletách:

- je nejrozšířenějším skladovacím systémem
- toto skladování musí umožnit přístup ke každé skladovací jednotce

b) skupina – zboží vhodné pro blokové skladování:

- využívá se u zboží s velkými objemy zásob, kde se nepožaduje přístup ke každé skladové jednotce
- například ledničky, myčky nádobí, nábytek, skladování brambor, jablek a dalších hromadných substrátů s delší dobou uložení

c) skupina – zboží, které se vyskytuje v malých množstvích:

- vhodné převážně jen pro ruční manipulaci
- skladuje se v malých přepravních a vyjímá se ze skladovacího zařízení ručně

d) skupina – zboží, které pro svoji neskladnost vyžaduje zvláštní systém:

- například garyže, žebříky, koberce

Moderní systémy identifikace zboží

Stále se zvětšující rozsah spotřebního zboží a převažující systém automatizace zpracování jeho pohybu vyžadují stručné a jednoznačné označení jednotlivých druhů zboží.

Již zhruba od 30. let minulého století se proto pokouší velké obchodní firmy zavést číselné označování zboží, které by umožnilo rychlou komunikaci a snížilo administrativní náročnost při

jeho identifikaci.

Kód EAN – European Article Numbering:

- organizace EAN má sídlo v Bruselu
- v ČR přidělování čísel koordinuje Sdružení EAN ČR
- **v současné době je nejúplnějším a nejdokonalejším systémem identifikace zboží**
- je jednotný systém označování zboží, který umožňuje jeho přesnou a jednoznačnou identifikaci z mezinárodního hlediska
- **system je založen na identifikaci jednotlivých druhů zboží podle země, výrobce a podle číselného označení výrobku tohoto výrobce**
- představuje soubor kontrastujících čar a mezer s různou šířkou, uspořádaných kolmo k pomyslné vodorovné čáře a je doplněný souborem číslic a dalších pomocných znaků
- je celosvětový standard, který má buď 8 nebo **13 číselně označených míst**:
 - 3 místa jsou pro označení státu (**ČR má číslo 859**)
 - 4 místa určují výrobní podnik,
 - 5 míst označuje výrobek
 - 1 místo je kontrolní

Využití EAN v logistice:

- **při identifikaci zboží u příjmu** do velkoobchodní a maloobchodní základny a při kvantitativní přejímce zboží
- **při identifikaci přepravovaného zboží** od výrobce ke spotřebiteli, při veřejné i závodové dopravě
- **při kontrole stavu zásob** na stupni výroby, velkoobchodu a maloobchodu
- **při kontrole expedice zboží** z výroby, balíren a velkoobchodních skladů
- **při objednávkách zboží**
- **při fakturaci zboží**
- **při rozmístění zboží** do skladových regálů výroby i obchodu, při automatizovaném pohybu zboží ve skladech a prodejnách
- **při evidenci prodeju** – struktury obratu podle skupin a druhů zboží i podle pracovníků; umožňuje hodnocení jejich výkonu v kusech, tržbách, čase a počtech zákazníků
- **při inventarizaci zásob** v maloobchodě, ve velkoobchodě i ve výrobě

- **při zrychlení propustnosti zboží pokladní přepážkou** při prodeji a zároveň snížení psychické namáhavosti práce pokladní (nemusí si pamatovat ceny, nemá strach z chyb)
- **při ochraně spotřebitele v momentě markování zboží**
- **při ochraně maloobchodníků** proti krádežím a loupežím použitím bezpečnostních etiket a automatického clearingů (elektronický platební styk)

Balení zboží

Druhy obalů

V logistické praxi rozlišujeme zpravidla tři druhy obalů:

a) Spotřebitelský obal:

slouží pro:

- jeden výrobek
- sadu výrobků (tzv. sdružený obal)
- malý počet kusů téhož výrobku (tzv. skupinový obal)

b) Distribuční obal:

- je mezičlánkem mezi spotřebitelskými obaly a přepravním obalem
- mívá obvykle podobu kartonu nebo podložky kryté smršťitelnou fólií

c) Přepravní obal:

- jedná se o vnější obal, který musí být svým provedením přizpůsobený snadné a efektivní přepravě
- bývá často vystavován dlouhotrvajícímu nebo opakovanému působení mnoha různých klimatických vlivů a jeho konstrukce musí tedy být robustnější než konstrukce ostatních druhů obalů
- u těchto obalů převažuje funkce ochranná, manipulační a informační (nese identifikační znaky zásilky)
- má nejčastěji podobu bedny nebo většího kartonu, zhotoveného z vlnité lepenky (obvykle vícevrstvé, popř. nepropustné)

Pohled na funkce obalu z logistického hlediska

Základní funkce obalu jsou:

a) funkce ochranná:

- obal má zboží chránit před běžnými možnostmi poškození
- například před povětrnostními vlivy, prachem, u potravin to jsou i hygienické důvody

b) funkce informační:

- obal má informovat zákazníka jak o obsahu, tak i o použití výrobku
- dobrá informace získává zákazníka, zabraňuje rozbalování originálních obalů
- informace na obalech jsou sdělovány uživatelům také pomocí různých značek (k zajištění bezpečnosti prodávačů i zákazníků slouží značky, například pozor na žíraviny, možnost poleptání, jedovaté látky, extrémní teploty apod.)
- výrobkům, které mají ekologické vlastnosti, uděluje stát ochrannou známku „ekologicky šetrný výrobek“

c) funkce reklamní:

- dobrý prodejní obal, tzn. vybavený informacemi, barevně přitažlivý, kvalitně provedený, s vyobrazením, to vše výrazně zvyšuje prodejnost
- v rámci logistiky se požaduje, aby i tvar obalu vyhovoval pro využití prostoru výstavního zařízení

d) funkce manipulační:

- obal musí být uzpůsoben tak, aby jej bylo možno **dobře uchopit** (velké kartony je třeba vybavit držadly, ať už to jsou poutka, otvory v kartonu, dřevěné lišty)
- dále je třeba zajistit **stohovatelnost zboží** (u některých obalů je přímo napsáno, v kolika vrstvách je možno je stohovat) a **úsporu místa** (obal by neměl být zbytečně veliký, při vrácení prázdného obalu by se měl dát složit, například skládací bedny, přepravky)

- požadavek lehkého, **snadného otevření** (ať už jde o různé konzervy nebo obaly sýrů, pevně přelepené krabice, atd.)

e) funkce ekologická:

- balení musí zajistit snadnou zničitelnost obalu
- ten, kdo vyrábí a prodává musí zajistit zpětné odebrání obalu nebo jeho zničení
- v současné době se upřednostňují obaly jednoduché, malého objemu a hmotnosti a z takových materiálů, které se dají využít buď k opětovnému balení nebo k dalšímu zpracování jako druhotná surovina (recyklace obalů)

f) funkce rozdělovací:

- správné určení velikosti, aby nebylo nutno v průběhu cesty zboží tyto obaly otvírat
- spotřebitelský obal má odpovídat obvyklé potřebě

Základní požadavky na velikost obalů, skladování obalů

Tři základní požadavky na velikost obalů:

a) velikost spotřebitelského obalu:

- musí odpovídat přání zákazníka
- jeho půdorysné i výškové rozměry musí být v souladu s dalšími body

b) rozměry všech přepravních obalů:

- jsou standardizovány tak, aby byly kompatibilní s rozměry palet
- výchozím rozměrovým modulem pro obaly je dle ISO norem rozměr 600 x 400 mm a násobky

c) manipulační balení (pro ruční manipulaci):

- musí obsahově odpovídat obvyklé potřebě odběru maloobchodu

- nesmí překračovat hmotnost 15 kg, stanovenou jako maximum pro ruční práci žen
- svými rozměry musí odpovídat podílu celkové plochy standardizované palety

Pokud se podaří sladit tyto všechny požadavky, jsou zajištěny dobré manipulační podmínky při celém distribučním procesu zboží.

Zásady skladování obalů:

- **pytle** – je třeba skladovat na suchém místě, očištěné od zbytků zboží
- **obaly od potravinářského zboží** – musí být odděleny od obalů se specifickým zápachem
- **obaly skladované mimo prodejnu** – je nutno chránit před povětrnostními vlivy.