

Marketing management
10. prednáška, 28.11.1997

System veľkoobchod a maloobchod

1. Veľkoobchod
2. Maloobchod

1. Veľkoobchod

Väčšina činností (33%) je realizovaná v obchode.

Veľkoobchod reprezentuje súhrn všetkých činností, ktoré sú zamerané na predaj tovaru a služieb tým, ktorí ich nakupujú na ďalší predaj alebo priemyselné spracovanie. Ide o pohyb tovaru medzi výrobcom a maloobchodom.

Rozdiely medzi veľkoobchodom a maloobchodom:

1. Veľkoobchod vynakladá menej finančných prostriedkov na propagáciu a menšiu pozornosť venuje svojmu umiestneniu.
2. Obchodné transakcie sú podstatne väčšie a pokrývajú podstatne väčšie územie než maloobchod.
3. Sú tu určité rôzne legislatívne opatrenia.

"Je potrebný veľkoobchod?"

Ide o spojenie výrobu (dovozcu) a maloobchodu alebo priamo výrobcu a spotrebiteľa (bezürovňová distribúcia).

Potreba veľkoobchodu - zdôvodnenie:

1. malí výrobcovia majú málo kapitálu na to, aby zriadili svoje maloobchodné predajne
2. aj veľkí výrobcovia dávajú prednosť použitiu svojich voľných finančných prostriedkov na ďalší rozvoj výroby (technológií) a nie obchodu
3. predpoklad, že veľkoobchod bude obchodnú činnosť vykonávať oveľa efektívnejšie, a to v dôsledku veľkosti svojich operácií a veľkého množstva kontaktov a zručnosti
 - plní funkciu vytvárania určitého sortimentu
4. maloobchodníci, ktorí ponúkajú široký sortiment výrobkov dávajú prednosť nákupu od jedného dodávateľa než od všetkých výrobcov

Funkcie veľkoobchodu:

1. predaj a propagácia
2. realizuje nákup a tvorbu sortimentu
 - podľa toho, čo si žiada trh (zákazníci, maloobchod)
 - veľkoobchod pozná svojich odberateľov

- Výrobca - veľkoobchod (napr. nejaká ochutnávka) = komisia (napr. po 3 mesiacoch stiahnete výrobok)
3. *funkcia delenia veľkých dodávok od výrobcov na malé objemy*
 4. *skladovanie*
(časť nákladov predstavujú náklady na sklad - samotná výstavba skladu, chladiarenské boxy, ...)
 5. *zabezpečovanie dopravy*
- od výrobcu ku odberateľovi, veľkoobchod - maloobchod
 6. *financovanie*
- financovanie maloobchodu - predaj na faktúru (úver), ...
 7. *veľkoobchod preberá riziká za tovar, ktorý od výrobcu nakupuje*
(za neúplnosť, poškodenie tovaru, ...)
 8. *zhromažďovanie informácií od maloobchodu a poskytovanie informácií*
 9. *poradenské služby*
- veľkoobchod musí byť schopný poradiť a zodpovedať na otázky maloobchodu
 10. *veľkoobchod zabezpečuje aj vývoz*
- je účastníkom zahranično-obchodných operácií

Druhy veľkoobchodu

1. Klasický

- realizuje sprostredkovanie

2 skupiny: 1. veľkoobchody poskytujúce plné služby

(zabezpečuje ponuku, skladovanie)

a) veľkoobchodníci sprostredkovane predajú tovar maloobchodníkom

(všeobecný, špecializovaný sortiment)

b) priemysloví distribútori

(realizovaný predaj výrobcom aj maloobchodu)

2. veľkoobchod poskytuje obmedzujúce služby

Typy:

a) veľkoobchodný predaj za hotové (cash)

b) prepravní veľkoobchodníci (firmy, ktoré zabezpečujú bežný rozvoz)

c) zabezpečovanie dodávok tovarov

d) zásielkový veľkoobchod (prostredníctvom katalógov oslovujú maloobchodné jednotky)

2. Sprostredkovatelia a zástupcovia

- zástupcovia výrobcu, aj províziní obchodníci (hľadajú kupujúceho)

3. Rôzne pobočky a kancelárie výrobcov

- z hľadiska veľkých firiem sú rôzne zastúpenia

4. Rôzni veľkoobchodníci

- zaoberajú sa veľkoobchodnou činnosťou, ktoré sú prijaté napr. jednorázovo trhom

- ponúkajú zabezpečenie rôznych činností (napr. zabezpečenie koncertu, predaj vstupeniek)

2. Maloobchod

Spojené s konečným užívateľom.

Maloobchod zahŕňa všetky aktivity, ktoré súvisia s predajom výrobkov alebo služieb priamo konečnému spotrebiteľovi na jeho osobnú spotrebu.

3 základné druhy:

1. **maloobchod v predajniach**
2. **maloobchod bez predajní**
3. **maloobchodné organizácie**

1. **Maloobchod v predajniach**

Rôzne podoby:

a) **špecializovaný obchod**

- s jedným radom výrobkov, napr. obchod s pánskymi odevmi

b) **obchodný dom**

- ponúka niekoľko výrobných radov - rôzne oddelenia
- existujú aj špecializované obchodné domy (napr. len predaj odevov alebo len predaj kozmetiky, či obuvi, darčekový tovar, ...)

c) **supermarket**

- veľká predajňa (potreba veľkých parkovísk pri supermarketoch)

- výhoda: - nízka cena (lebo je nízka réžia)

(napr. v USA sa v supermarketoch nachádza asi 70% potravín a 30% priemyselného tovaru)

d) **hypermarket** (u nás nie sú)

- spojenie supermarketu s obchodom s lacným tovarom (nízka nákladová položka)

e) **miestny obchod**

- malá predajňa, napr. v rodinných domoch, panelákoch
- výhoda - otvorené 24 hod. denne
- nevýhoda - ceny sú vyššie ako v supermarketoch

f) **obchod s lacným tovarom**

- trvale predáva za nižšie ceny
- celonárodné značky
- predáva vo veľkých objemoch (znižuje sa ziskové rozpätie)

g) **malý obchod s lacným tovarom**

Skupiny: a) *nezávislí maloobchodníci* (živnosť)

- orientácia na nákup do predajov - značkové obchodné domy (znížené ceny)

- jedná sa o nové výrobky, ale fyzicky staršie

- komunikácia s výrobcami, čo sa týka napr. jednorázového zníženia ceny

b) *podnikové predajne výrobcu*

- mali by byť nižšie ceny, ale u nás nie sú

c) *skladové kluby*

- klub má 1-2 zamestnancov, ktorí zabezpečujú lacné tovary a pre členov klubu ich predávajú so zľavou

h) **katalógové predvádzacie predajne**

- poskytované určité vzorky podľa želania zákazníka
- i) malopredajne použitých vecí**

2. Maloobchody bez predajní

Skupiny: a) *podomový predaj*

b) *automatizovaný predaj na mince*
(aj hracie automaty, bankomaty, ...)

c) *nákupná služba*
(napr. školská jedáleň)

3. Maloobchodné organizácie

- združujú malopredajcov:

* *obchodné spoločnosti*

* *družstevná spoločnosť*

* *koncesná organizácia*

(zmluvné združenie medzi výrobcom a koncesionármi)

* *skupina obchodných konglomerátov*

(zabezpečuje aj výrobu, aj veľkoobchodnú a maloobchodnú činnosť, distribúciu)