

Univerzita Pardubice
Fakulta ekonomicko-správní

Prodej čerstvých potravin v hypermarketu Globus

Karolína Ježková

Bakalářská práce

2010

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Karolína JEŽKOVÁ**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Management podniku - Management malých a středních podniků**
Název tématu: **Prodej čerstvých potravin v hypermarketu Globus**
Zadávací katedra: **Ústav ekonomiky a managementu**

Zásady pro vypracování:

Stanovení cíle práce

1. Informace o podniku Globus
 2. Popis cesty čerstvých potravin od výrobce ke spotřebiteli
 3. Analýza distribučního procesu a návrhy na opatření
- Formulování závěru

Rozsah grafických prací: -
Rozsah pracovní zprávy: cca 30 stran
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

BUCHTA, Miroslav. Manažerská ekonomika I. díl : Nauka o podniku. 2. přeprac. vyd. Pardubice : Univerzita Pardubice : [s.n.], 2002. 131 s. ISBN 80-7194-443-2

BUCHTA, Miroslav. Manažerská ekonomika II. díl : Ekonomika podniku. 2. přeprac. vyd. Pardubice : Univerzita Pardubice, 2002. 158 s. ISBN 80-7194-478-5

LUKŠŮ, Vladimír. Logistika 1. 1. vyd. Praha : Vysoká škola ekonomická v Praze. Fakulta managementu, 2001. 269 s. ISBN 80-245-0166-X

SIXTA, Josef, MAČÁL, Václav. Logistika : Teorie a praxe. 1. vyd. Brno : CP Books, a.s., 2005. 315 s. ISBN 80-251-0573-3

Vyhláška 147/1988 Sb., o ustanovení kritických bodů v technologii výroby potravin

Moderní obchod - Časopis pro úspěch v prodeji

Obchodní skupina Globus 1994/1995 - Globus-Handelshof-Gruppe

Vedoucí bakalářské práce: doc. Ing. Miroslav Buchta, CSc.
Ústav ekonomiky a managementu

Datum zadání bakalářské práce: 26. srpna 2009

Termín odevzdání bakalářské práce: 30. dubna 2010

doc. Ing. Renáta Myšková, Ph.D.

děkanka

L.S.

Ing. Marcela Kožená, Ph.D.

vedoucí ústavu

V Pardubicích dne 27. října 2009

Poděkování:

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucímu bakalářské práce doc. Ing. Miroslavu Buchtovi, CSc. za jeho odborné vedení, cenné rady a připomínky.

Poděkování patří také hypermarketu Globus v Pardubicích za ochotné poskytnutí informací, rad a materiálů k vypracování bakalářské práce.

Anotace

První část bakalářské práce vyjadřuje podstatu maloobchodního prodeje, především se zaměřením na maloobchodní síť prodejen, a to jak v oblasti potravinářského, tak nepotravinářského zboží. Co se týče formy prodeje maloobchodních jednotek, jsou zde uvedeny jen ty nejčastěji se vyskytující. Největší důraz je kladen především na hypermarkety, kterými se bude tato práce následně zabývat. Pro účely této bakalářské práce byla vybrána společnost Globus ČR.

Druhou a nejdůležitější částí je popis cesty produktu v oddělení čerstvých potravin v hypermarketu Globus. Následuje analýza tohoto oddělení a návrhy na opatření či doporučení.

Klíčová slova

maloobchodní jednotky, formy prodeje maloobchodních jednotek, maloobchodní síť, hypermarkety Globus

Title

Sale of fresh groceries at hypermarket Globus

Annotation

The first part of my work deals with the principle of the retail sale, especially with the retail network of the food and non-food goods. Concerning the form of the retail sale units I mention the most frequently occurred ones. Above all I will deal with the hypermarkets. I have chosen Globus for the purpose of this work.

In the second and the most important part of the work there is a description of the way of the product in the department of the fresh food. Then I analyze the department. At the close of my work there are suggestions of recommendations or remedial measures.

Keywords

retail units, the form of the retail sale units, retail network, hypermarkets Globus

Obsah

ÚVOD.....	- 11 -
1 MALOOBCHODNÍ JEDNOTKY	- 12 -
1.1 FORMY PRODEJE MALOOBCHODNÍCH JEDNOTEK	- 12 -
1.2 MALOOBCHODNÍ SÍŤ	- 15 -
1.3 MALOOBCHOD REALIZOVANÝ V SÍTI PRODEJEN.....	- 16 -
1.3.1 <i>Potavinářský maloobchod</i>	- 16 -
1.3.2 <i>Nepotravinářský maloobchod</i>	- 16 -
1.4 MALOOBCHOD REALIZOVANÝ MIMO SÍŤ PRODEJEN.....	- 17 -
2 HYPERMARKETY GLOBUS	- 18 -
2.1 HISTORIE.....	- 18 -
2.2 SÍŤ HYPERMARKETŮ GLOBUS ČR, K.S.....	- 18 -
2.3 PŘEDMĚT PRODEJE A SLUŽBY HYPERMARKETU GLOBUS	- 19 -
2.4 PRODEJNY NÁJEMCŮ V HYPERMARKETU GLOBUS.....	- 20 -
2.5 BAUMARKT	- 21 -
2.6 GLOBUS V ČR VE SROVNÁNÍ S JINÝMI PRODEJNAMI	- 21 -
2.7 HYPERMARKET GLOBUS PARDUBICE.....	- 22 -
2.7.1 <i>Sortiment hypermarketu Globus Pardubice</i>	- 23 -
2.7.2 <i>Uspořádání prodejny Globus</i>	- 25 -
2.7.3 <i>Struktura zaměstnanců hypermarketu Globus</i>	- 26 -
3 POPIS CESTY ČERSTVÝCH POTRAVIN V PODNIKU GLOBUS	- 28 -
3.1 OBJEDNÁVÁNÍ ZBOŽÍ.....	- 29 -
3.2 DODÁNÍ ZBOŽÍ	- 30 -
3.2.1 <i>Dodávky zboží z centrálního skladu</i>	- 31 -
3.2.2 <i>Dodávky zboží od dodavatelů</i>	- 32 -
3.2.3 <i>Zavedení nového centrálního skladu</i>	- 32 -
3.2.4 <i>Plány do budoucna a doporučení</i>	- 33 -
3.3 PŘÍJEM ZBOŽÍ.....	- 33 -
3.3.1 <i>Příjem od dodavatele</i>	- 33 -
3.3.2 <i>Příjem z centrálního skladu</i>	- 34 -
3.3.3 <i>Kontrola dodávky</i>	- 34 -
3.3.4 <i>Vadná dodávka zboží</i>	- 35 -
3.4 SKLADOVÁNÍ ZBOŽÍ	- 36 -
3.4.1 <i>Druhy skladů</i>	- 37 -
3.4.2 <i>Rozmístění zboží v jednotlivých skladech prodejny</i>	- 39 -
3.4.3 <i>Teplota ve skladu</i>	- 39 -
3.4.4 <i>Likvidace vadných potravin</i>	- 40 -
4 ČERSTVÉ POTRAVINY NA PRODEJNĚ URČENÉ K PRODEJI	- 41 -
4.1 PROSTOROVÉ ROZMÍSTĚNÍ ÚSEKU ČERSTVÝCH POTRAVIN.....	- 41 -
4.2 PŘEPRAVA ZBOŽÍ NA PRODEJNU	- 42 -
4.3 UMÍSTĚNÍ ZBOŽÍ	- 42 -
4.3.1 <i>Zboží v regálech a na paletách</i>	- 42 -
4.3.2 <i>Pultový prodej</i>	- 43 -

4.3.3	<i>Mrazicí a chladicí zařízení</i>	- 45 -
4.3.4	<i>Umístění ovoce a zeleniny na prodejně</i>	- 45 -
4.4	KONTROLA ZBOŽÍ NA PRODEJNĚ	- 46 -
4.5	ZBOŽÍ PŘIPRAVENÉ PRO KONEČNÉHO SPOTŘEBITELE	- 47 -
4.6	DOPORUČENÍ	- 48 -
5	EKONOMIKA PRODEJE	- 49 -
5.1	STANOVENÍ CENY	- 49 -
5.2	CENOVĚ VÝHODNÉ ZBOŽÍ.....	- 50 -
5.3	SLEVY A ODPISY	- 52 -
5.4	HOSPODÁŘSKÝ VÝSLEDEK	- 55 -
5.4.1	<i>Tržby hypermarketu Globus Pardubice</i>	- 55 -
6	REKAPITULACE A DOPORUČENÍ	- 58 -
	ZÁVĚR	- 62 -
	POUŽITÁ LITERATURA	- 63 -
	PŘÍLOHY	- 65 -

Seznam obrázků

Obr. 1 - Síť hypermarketů Globus v ČR.....	-19-
Obr. 2 - Hypermarket Globus Pardubice	-22-
Obr. 3 - Uspořádání prodejny	-25-
Obr. 4 - Struktura pracovníků potravinového zboží.....	-26-
Obr. 5 - Struktura pracovníků nepotravinového zboží	-27-
Obr. 6 - Správa hypermarketu.....	-27-
Obr. 7 - Rozmístění Centrálních skladů v ČR	-31-
Obr. 8 - EAN kód.....	-34-
Obr. 9 - Úsek čerstvých potravin	-41-
Obr. 10 - Regálový štítek.....	-43-
Obr. 11 - Zboží z našeho katalogu	-50-
Obr. 12 - Zboží z našich novin.....	-50-
Obr. 13 - Super cena.....	-51-
Obr. 14 - Nejnižší cena.....	-51-
Obr. 15 - Ostře měřené ceny	-52-
Obr. 16 - Sleva.....	-53-
Obr. 17 - Slevy odpisy v roce 2009.....	-54-
Obr. 18 - Super šance, Čerstvé z naší výroby, Vyřazeno ze sortimentu, Novinka	-54-
Obr. 19 - Hospodářský výsledek.....	-55-
Obr. 20 - Měsíční tržby za rok 2009	-56-
Obr. 21 - Měsíční tržby za rok 2007 – 2009.....	-56-
Obr. 22 - Tržby za posledních 5 let.....	-57-

Seznam tabulek

Tab. 1 - Služby hypermarketu Globus.....	-20-
Tab. 2 - TOP 10 obchodních řetězců 2009	-21-
Tab. 3 - Potravinářské zboží (FOOD)	-23-
Tab. 4 - Nepotravinářské zboží (NON FOOD).....	-24-
Tab. 5 - Prodejny nájemců v hypermarketu Globus Pardubice	-24-
Tab. 6 - Čerstvé potraviny	-28-
Tab. 7 - Počet objednávek zboží do týdne	-29-
Tab. 8 - Centrální sklady	-31-
Tab. 9 - Zásoby v peněžních jednotkách za 3 týdny v roce 2008 a 2009.....	-36-
Tab. 10 - Za jakou cenu hypermarket Globus nakupuje a prodává	-49-
Tab. 11 - Přehled akčního zboží.....	-51-
Tab. 12 - Přehled zboží označené jako „Nejnižší cena“	-52-
Tab. 13 - Celkové tržby za oddělení čerstvých potravin za rok 2005 – 2009	-57-

Seznam zkratek

a.s.	akciová společnost
CCV	firma, zprostředkující data
CD	(Compact Disc), kompaktní disk
č. p.	číslo popisné
ČR	Česká republika
DISPOS	uzavřený systém zbožního hospodářství
DVD	(Digital Video Disc), formát digitálního optického datového nosiče
EAN	(European Article Numbering), jednotný systém označování zboží
EDI	(Electronic Data Interchange), elektronický přenos dat
EDITEL	firma, zprostředkující data
k.s.	komanditní společnost
s.p.	státní podnik
s.r.o.	společnost s ručením omezeným
SRN	Spolková republika Německo
WAWI	(Warenwirtschaft), zbožívé hospodářství

Úvod

Téma mé bakalářské práce, Prodej čerstvých potravin v hypermarketu Globus, jsem si zvolila z toho důvodu, že hypermarkety mají v dnešní době významnou roli. Lidé si zvykli na jednoduchý způsob nakupování, kde mají veškeré potravinářské či nepotravinářské zboží pod jednou střechou. Málokdo se už zabývá otázkou, jak tento systém funguje uvnitř – co všechno musí předcházet, než se zboží dostane do rukou zákazníka. Na tuto problematiku bych se tedy ráda zaměřila. Pro účely mé bakalářské práce jsem si zvolila společnost Globus ČR, konkrétně hypermarket Globus v Pardubicích. A to z toho důvodu, že zde pracuje jeden z mých rodičů, tudíž budu mít snazší přístup k informacím. Zároveň se domnívám, že služby této sítě hypermarketů jsou na velice dobré úrovni.

Hlavním cílem mé práce je analýza cesty produktu v oddělení čerstvých potravin v hypermarketu Globus, zjištění případných nedostatků, vyskytujících se v daném úseku a návrhy na řešení či doporučení.

1 Maloobchodní jednotky

Maloobchod je podnik zahrnující nákup od velkoobchodu nebo od výrobce a jeho prodej bez dalšího zpracování konečnému spotřebiteli. Maloobchodní činnost může být realizovaná v síti prodejen nebo mimo prodejní síť[3].

1.1 Formy prodeje maloobchodních jednotek

Existují různé typy maloobchodních jednotek. Mezi nejčastěji se vyskytující, patří:

- specializované prodejny,
- úzce specializované prodejny,
- smíšené prodejny,
- obchodní domy (plnosortimentní),
- specializované obchodní domy,
- samoobsluhy s potravinami,
- supermarkety,
- specializované velkoprodejny,
- diskontní prodejny,
- hypermarkety.

Specializované prodejny

Sortiment těchto prodejen je úzký a hluboký. Cenové relace bývají vyšší především proto, že rychloobrátkové zboží musí krýt náklady na prodej zboží a nižší frekvenci poptávky. Prodej ve specializovaných prodejnách klade vysoké nároky na odbornost personálu.

Úzce specializované prodejny

Sortiment úzce specializovaných prodejen je výrazně úzkým, ale velmi hlubokým výsledkem sortimentního spektra a spojen se škálou potřebných služeb. Stejně, jako u předcházející formy prodeje, jsou kladeny vysoké nároky na odbornost personálu.

Smíšené prodejny

Smíšené prodejny jsou umístovány především na venkově a v okrajových částech měst. Jejich sortiment zahrnuje jak potravinové, tak nepotravinové zboží běžné potřeby.

Samoobsluhy s potravinami

Samoobsluhy širokého sortimentu potravin s prodejní plochou do 400 m² nabízejí většinou i základní druhy nepotravinářského zboží denní potřeby. Působí jako samostatná prodejna nebo jako oddělení větších obchodních jednotek.

Supermarkety

Supermarketem rozumíme velkoprodejnu s plným sortimentem potravin a základními druhy nepotravinářského zboží, využívající formu samoobsluhy doplněnou o několik obslužných úseků s prodejní plochou od 400 do 2 500 m².

Plnosortimentní obchodní domy

Univerzální (plnosortimentní) obchodní domy nabízejí široký a poměrně hluboký sortiment zboží, tedy skutečně „vše pod jednou střechou“. Počet nabízených druhů dosahuje až 200 000 položek (včetně potravin a prodeje typu shop-in-shop). Prodejní plocha univerzálních obchodních domů se pohybuje v průměru v rozmezí 10 000 – 20 000 m².

Specializované obchodní domy

Specializované obchodní domy se orientují nejčastěji na sortiment odívání (oděvy, obuv, textil) a spojené služby. Minimální velikost prodejní plochy se pohybuje většinou kolem 1 500 m². S ohledem na sortiment se mohou uplatnit v centrech měst a v regionálních nákupních centrech.

Odborné (specializované) velkoprodejny

Odborné velkoprodejny nabízejí sortiment velkých ucelených souborů nepotravinářského zboží (např. nábytek, potřeby pro domácnosti, elektro, hračky). Od specializovaných obchodních domů se liší nejen sortimentní orientací, ale zejména formou prodeje, halovým řešením stavby, nižšími provozními náklady a diskontní

orientací. Velikost prodejní plochy se v závislosti na charakteru sortimentu pohybuje až do několika tisíc čtverečních metrů.

Diskontní prodejny

Klasické diskontní prodejny jsou produktem obchodu USA 30. let 20. století. Po 2. světové válce se staly diskontní prodejny součástí i evropské maloobchodní sítě nejen potravinářského zboží. Míra diskontu (snížení ceny) může být v této skupině prodejen různá [3].

Hypermarkety

Evropský hypermarket je výsledkem rozvoje životní úrovně vyspělých zemí Evropy a růstu obrátu od 60. let. Oproti supermarketům dosahují hypermarkety daleko vyššího průměrného rozsahu prodejních ploch a logicky rozšiřují prodej nepotravinářského zboží se zaměřením na zboží s vyšší dynamikou prodeje.

První hypermarket vznikl koncem 60. let ve Francii [2]. V roce 1970 jich působilo v evropských zemích 488, z toho ve SRN 368 a Francii 73. O 25 let později vzrostl počet hypermarketů ve SRN na více než 1 300 a ve Francii na 1000 hypermarketů [3]. Ve spojených státech se maloobchodníci začali soustavně zajímat o tento typ obchodů v polovině 80. let. Wal-Mart zavedl svůj první hypermarket v USA roku 1987 [2]. Vývoj hypermarketů urychlila nejen potřeba prodejních ploch pro nové druhy především nepotravinářského zboží náročného na výstavní plochu, ale i vysoké nájemné v centrech měst.

Velikost prodejní plochy se u hypermarketů pohybuje od 2 500 do 20 000 m². Podobně jako u jiných evropských zemí se i u nás rozlišuje:

- menší velikost hypermarketu s prodejní plochou do 5 000 m² a s nabízeným sortimentem asi 15-30 tis. položek (např. Kaufland),
- větší hypermarket s prodejní plochou nad 5 000 m² a s nabídkou v průměru 30-50 tis. položek (např. Globus, Tesco, Hypernova).

Formou prodeje je samoobsluha, řešená na jedné ploše, většinou v jednom podlaží, používají se velké nákupní vozíky, doplňkové prodejní úseky v relativně malém rozsahu

jsou vně i uvnitř samoobsluhy. Hypermarkety se umísťují samostatně na předměstí, v regionálních nákupních střediscích, případně i samostatně u dálničních tahů.

Hlavním znakem, spojeným s tímto provozním typem, je možnost parkování, velké nákupy a příznivé ceny. Ve všech hypermarketech je zajištěno občerstvení buď uvnitř vlastní prodejní plochy, nebo mimo tuto plochu.

Provoz hypermarketů je založen na nahrazování živé práce prodejní plochou a technikou. Minimalizování počtu pracovníků je umožněno důsledným uplatňováním samoobsluhy, mechanizací pohybu zboží a využitím výpočetní techniky při organizaci práce. Oproti univerzálním obchodním domům, dosahují větší typy hypermarketů jen 30-60% úrovně nákladů. Další výhodou je možnost zaměstnávat pracovníky nekvalifikované (resp. s nižší kvalifikací) kvůli charakteru práce, a snižovat tak podíl mzdových nákladů [3].

1.2 Maloobchodní síť

Organizacím, které vlastní a řídí síť neboli řetězce obchodů, patří zpravidla dvě nebo více provozních jednotek, nabízejících v zásadě stejný sortiment zboží. Jednotlivé obchody jsou si obvykle navzájem podobné [2]. Maloobchodní síť pak můžeme definovat jako soubor provozních jednotek, zaměřených na realizaci zboží konečnému spotřebiteli [3].

Hlavní výhodou tohoto druhu organizace je její nákupní síla. Vzhledem k tomu, že společnost nakupuje množství zboží pro všechny své provozní jednotky, může získat lepší ceny a výhodnější dodací lhůty než malí maloobchodníci. Mají finanční prostředky na výzkum trhu, testování nových výrobků a služeb atd. Mohou si dovolit zaplatit nejlepší manažery, specialisty v oblasti nákupu zboží a na reklamu a propagaci.

Organizace, vlastníci sítě obchodů, se potýká také s určitými nevýhodami. Častým problémem je nedostatek přizpůsobivosti, hlavně proto, že jednotky jsou řízeny z centra. Změny systému a nebo pracovních postupů se uskutečňují pomalu, určitá obchodní jednotka tak nemusí vždy reagovat rychle na akce místního konkurenta.

Druhy sítí

Existují malé místní sítě dvou, pěti nebo osmi jednotek i regionální firmy, spravující 40 až 50 obchodů i více. Některé velké celostátní společnosti počítají své

prodejní jednotky na stovky nebo dokonce tisíce. Rozlišujeme sítě obchodů s potravinami, oděvy, léčivý, obuvi, nábytkem, sítě obchodů s drobným nebo smíšeným zbožím, s prodejem služeb a mnohé další druhy [2].

1.3 Maloobchod realizovaný v síti prodejen

Takto realizovaný maloobchod představuje po 2. světové válce v ekonomicky vyspělých státech světa téměř 90% všech maloobchodních tržeb. Nejstarším a nepoužívanějším členěním je rozdělení na potravinářský a nepotravinářský maloobchod.

1.3.1 Potravinářský maloobchod

Potravinářský maloobchod obchoduje převážně s potravinami. Běžně se sem však zařazuje i značný rozsah nepotravin – zboží denní a občasně poptávky (např. smíšené prodejny, superety, supermarkety, hypermarkety). Potravinářský maloobchod je nejvíce koncentrován, má největší průměrné velikosti prodejen, nejmodernější informační a logistické systémy.

Podíl potravinářského maloobchodu na celkovém maloobchodním prodeji činí v USA asi 15%, ve vyspělých evropských státech 30-38% vzhledem k nižšímu životnímu standardu a velkému množství hypermarketů.

1.3.2 Nepotravinářský maloobchod

Nepotravinářský maloobchod představuje širokou škálu sortimentů i provozních typů, které se neustále vyvíjejí. Po rozvoji sortimentu pro volný čas nastalo období rozvoje výpočetní techniky, programů atd.

Dále je možné členit prodejní jednotky na:

- specializovaný a univerzální maloobchod,
- stánkový prodej (tržiště, tržnice).

Specializovaný a univerzální maloobchod

Vývoj ve vyspělých státech doposud jednoznačně směřuje k univerzálním formám maloobchodu a jim odpovídajícím prodejním jednotkám. Užší rozsah sortimentu – specializovaný maloobchod – je typický pro menší prodejny.

Stánkový prodej

Stánkový prodej je hlavní náplní prodejních aktivit v tržnicích a na trzích. Tržnice představuje budovu, ve které prodávají jednotliví obchodníci svůj specializovaný sortiment. Tržiště představují plochy se stánky, které si pronajímají individuální obchodníci [3].

1.4 Maloobchod realizovaný mimo síť prodejen

Maloobchod mimo prodejní síť představuje zatím svým objemem stálou složku maloobchodní činnosti, současně však největší potenciální rozvoj. Patří sem:

- prodejní automaty,
- přímý prodej,
- zásilkový obchod,
 - e-commerce [3].

2 Hypermarkety Globus

Globus ČR, k.s., je německá společnost, která do České republiky vstoupila na konci roku 1991. První hypermarket Globus byl u nás otevřen 4. listopadu 1996 v Brně – Ivanovicích.

V České republice provozuje společnost Globus ČR, k.s., 14 hypermarketů, kde zaměstnává přibližně 6 400 lidí. Je samostatně hospodařícím právním subjektem, který zahrnuje provozně samostatné Hypermarkety Globus a velkoprodejny Baumarkt. Hypermarkety Globus se zaměřují na prodej potravinářského a nepotravinářského zboží a Baumarkt nabízí přes 40 000 druhů zboží pro dům a zahradu [7].

2.1 Historie

Hypermarket Globus je jednou z mála typických evropských rodinných firem. Svou činnost zahájil otevřením malého obchodu s potravinami v sárském St. Wendelu v roce 1828. Tento obchod vedl zakladatel firmy Franz Bruch. Dnes stojí v čele firmy představitel již páté generace rodiny – Thomas Bruch. Pod jeho vedením pracuje pro společnost na nejrůznějších místech světa více než 25 000 lidí.

Do České republiky vstoupil holding Globus na konci roku 1991 založením společnosti Globus Praha, k níž v roce 1993 přibyla společnost Globus Brno. Po úspěšném zvládnutí přípravné fáze, získání potřebných povolení a po dokončení výstavby, otevřel Globus dne 4. listopadu 1996 svůj první hypermarket v ČR – v Brně v Ivanovicích [5].

2.2 Síť hypermarketů Globus ČR, k.s.

Jak již bylo řečeno, společnost Globus ČR provozuje po celé České Republice celkem 14 hypermarketů, a to:

- Praha - Černý most,
- Praha - Čakovice,
- Praha - Zličín,
- Brno,
- Olomouc,

- Opava,
- Pardubice,
- Chomutov,
- Trmice (Ústí nad Labem),
- Chotikov (Plzeň),
- České Budějovice,
- Liberec,
- Jenišov (Karlovy Vary),
- Ostrava, [11] situace je znázorněna na obr. 1.



Obr. 1 – Síť hypermarketů Globus v ČR [11]

2.3 Předmět prodeje a služby hypermarketu Globus

Hypermarkety Globus nabízejí svým zákazníkům kompletní sortiment:

- potravinářských výrobků (FOOD),
- nepotravinářských výrobků (NON FOOD).

Jedná se přibližně o 15 000 druhů zboží v sortimentu potravin a 45 000 druhů zboží nepotravinářského.

Mimo kompletní sortiment potravinářského a nepotravinářského zboží nabízí každý hypermarket svým zákazníkům i různé druhy služeb (tab. 1).

Tab. 1 – Služby hypermarketu Globus [10]

Služby hypermarketu Globus	Co nabízí svým zákazníkům
Restaurace + jídelna	Teplá i studená kuchyně, polévky, rychlé občerstvení, teplé a studené nápoje, včetně kávy a dezertů
Čerpací stanice pohonných hmot	<ul style="list-style-type: none">- doplňkový prodej potřeb pro motoristy,- prodej dálničních známek, pneuservis,- myčka nákladních automobilů, čištění exteriérů a interiérů osobních automobilů,- prodej novin, časopisů, map, cigaret,- občerstvení - bagety, cukrovinky, zmrzlina, nápojové automaty.
Rozvoz zboží (zdarma)	Při nadměrném zboží (takové zboží, jehož jeden kus se nevejde do nákupního košíku)
Finanční služby	Globus karta, Tax free, dárkové karty, Cash Back, nákupy na splátky, pojištění
Dobíjení kreditu na pokladně	U operátorů - Vodafone, Telefónica O2, T-Mobil
Objednávky zboží přes internet	Maso a uzeniny v řeznictví Globus, bezpečkové výrobky
Připojení k internetu zdarma	Připojení k internetu v restauraci hypermarketu Globus

2.4 Prodejny nájemců v hypermarketu Globus

Hypermarket Globus poskytuje prodejní plochu i jiným obchodníkům, kteří zde vykonávají svojí činnost. Ti však nespádají přímo pod hypermarket Globus, ale podnikají na vlastní zodpovědnost. Patří sem například:

- obchody s mobilními telefony (Vodafone, O2, T-Mobil),
- obchody s oděvy,
- lékárny,
- květinářství,
- optiky,
- kadeřnictví aj. [11].

2.5 Baumarkt

Vedle hypermarketu se sortimentem potravinářského a nepotravinářského zboží, je zákazníkům firmy GLOBUS k dispozici velkoobchodní stavebnin - potřeb pro stavebníky, zahrádkáře, kutily a domácí dílny - s obchodním názvem Baumarkt Globus. V těchto prodejnách je nabízen široký sortiment elektrického nářadí, instalačního materiálu, železářského zboží, barev, laků, ale také tapet, podlahových krytin, obkladaček a dlaždic. Silnou stránku nabídky tvoří dřevo a dřevařské výrobky a sanitární zařízení.

Stejně jako hypermarkety Globus, i Baumarkty Globus poskytují informační a poradenské služby o všech druzích zboží, co do účelu i správného použití [7].

2.6 Globus v ČR ve srovnání s jinými prodejny

V následující tab. 2 je zobrazen obrát hypermarketu Globus a dalších TOP 10 obchodních skupin v roce 2007 (pro srovnání je zde uveden i rok 2006).

Tab. 2 – TOP 10 obchodních řetězců 2009 [6]

Pořadí	Skupina / Firma	Počet prodejen 2008	Počet Prodejen 2009	Tržby 2008	Tržby 2009
1.	Schwarz ČR (Kaufland, Lidl)	289	306	57,5	59,0
2.	Rewe ČR (Billa)	382	519	38,5	48,5
3.	Tesco Stores ČR	113	135	44,5	46,5
4.	Ahold ČR (Albert)	294	279	44,0	43,0
5.	Makro Cash&Carry ČR	13	13	39,5	36,6
6.	Globus ČR	13	14	25,4	26,3
7.	GECO Tabak	216	225	17,5	17,2
8.	Spar ČR	33	33	13,7	13,8
9.	Peal	4	4	9,3	9,5
10.	Ikea ČR	4	4	8,5	9,0
Celkem		1 357	1 528	298,4	309,4

2.7 Hypermarket Globus Pardubice

Výstavba Hypermarketu Globus Pardubice byla zahájena v září roku 1997 v Poděbradské ulici, č. p. 293 (Obr. 2). A o rok později dne 19. července 1998, proběhlo jeho otevření [5].



Obr. 2 – Hypermarket Globus Pardubice [14]

Prodejní plocha hypermarketu se z původních přibližně 7 500 m² rozrostla k roku 2009 na 15 966 m², z toho:

- Hypermarket 9 271 m²,
- Baumarkt 6 015 m²,
- Benzinová pumpa 680 m²,

Celá zastavěná plocha představuje 87 294 m².

Některé zajímavosti o Hypermarketu Globus uvedu jen stručně:

- svým zákazníkům umožňuje parkování na 1 400 parkovacích místech,
- k dispozici má přibližně 1 600 nákupních vozíků,
- ročně v hypermarketu nakoupí kolem 2,5 mil. zákazníků,

- při běžném týdenním nákupu ujde zákazník uvnitř hypermarketu asi 400 až 500 metrů [16].

2.7.1 Sortiment hypermarketu Globus Pardubice

Jak již bylo řečeno v kapitole 2.3 hypermarket Globus nabízí svým zákazníkům:

- potravinářské zboží, viz tab. 3.
- nepotravinářské zboží (tab. 4), které se dále dělí na:
 - NON FOOD 1 (domácí potřeby, hračky, papírnictví),
 - NON FOOD 2 (elektro, zlatnictví),
 - NON FOOD 3 (textil),
- služby (např. restaurace, čerpací stanice atd.) a ostatní prodejny (tab. 5)

Tab. 3 – Potravinářské zboží (FOOD) [16]

Potravinářské zboží (FOOD)	Sortiment
Čerstvé potraviny	Ovoce, zelenina
	Pultový prodej ryb a sýrů
	Mléčné – mražené potraviny
Trvanlivé potraviny	Trvanlivé potraviny (př. káva, mouka, rýže, sladkosti)
	Konzervy
	Drogerie + zvířecí potřeby
	Nápojové centrum (alkoholické a nealkoholické nápoje)
Pekárna	Pekařské a cukrářské výrobky
Řeznictví	Maso a masné výrobky

Tab. 4 – Nepotravinářské zboží (NON FOOD) [16]

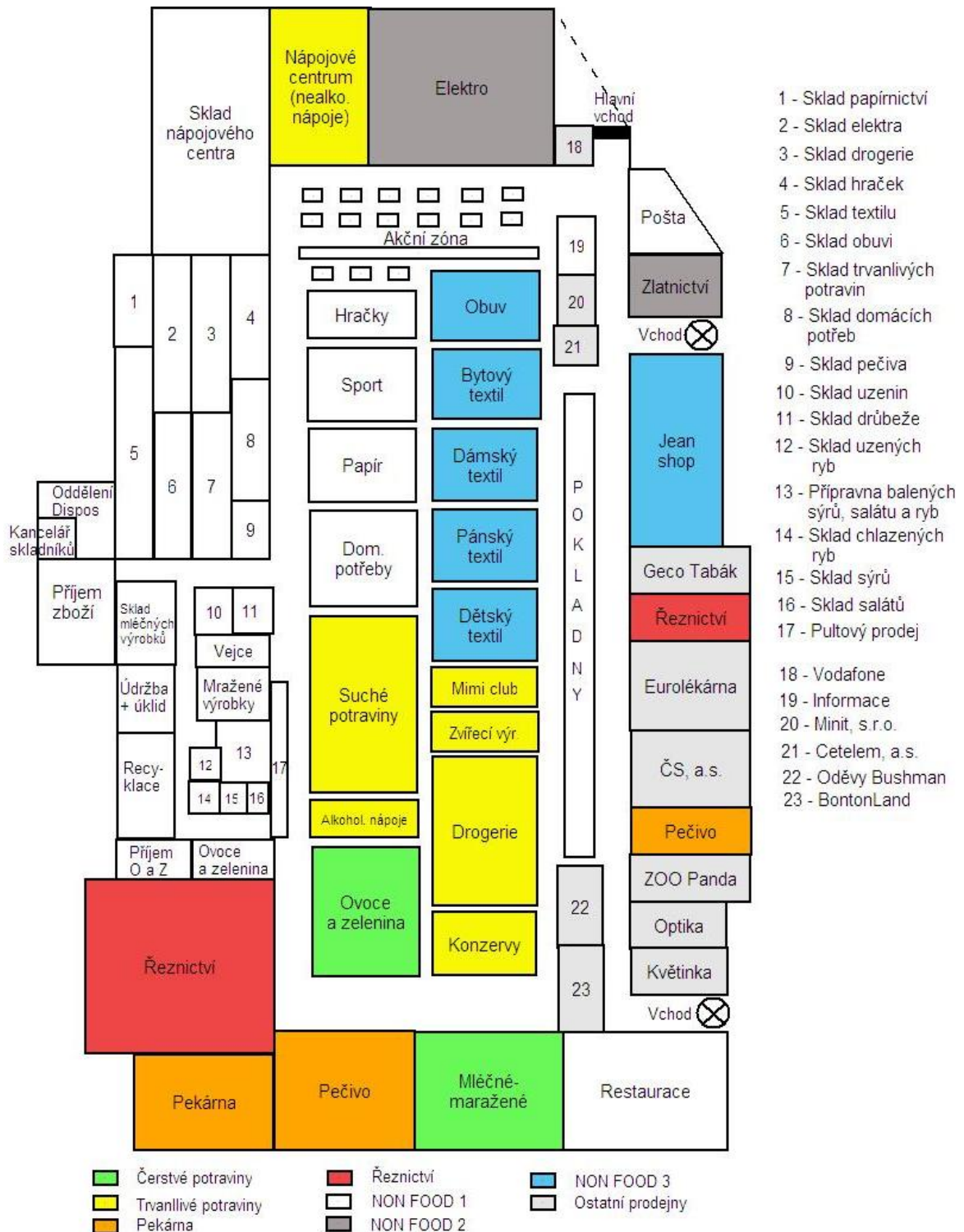
Nepotravinářské zboží (NON FOOD)		Sortiment
NON FOOD 1	Domácí potřeby	Domácí potřeby, sklo, keramika
	Hračky	Hračky a sportovní vybavení
	Papírnictví	Knihy, papír a kancelářské potřeby
NON FOOD 2	Elektronické zboží	Černá a bílá elektronika
	Zlatnictví	Zlato, stříbro, hodiny, brýle
NON FOOD 3	Textil	Dámské, pánské, dětské oděvy, bytový textil, obuv, Jean shop

Tab. 5 – Prodejny nájemců v hypermarketu Globus Pardubice [11]

Prodejny	Předmět prodeje
Vodafone	mobilní telefony
Eurolékárna	prodej léků
ZOO Panda	chovatelské potřeby, prodej zvířat, akvaristika
BL Květinka, s.r.o.	prodej květin, zahradních doplňků
Lunettes optika, s.r.o.	prodej brýlí
Andy West (Bushman)	obchod s oděvy
Geco Tabak	časopisy, tisk, tabákové výrobky
Česká spořitelna, a.s.	peněžní služby
Minit, s.r.o.	opravna obuvi, výroba klíčů, rytectví
BontonLand	prodej CD, DVD atd.
Česká pošta, s.p.	poštovní služby
Cetelem, a.s.	Úvěry a splátkový prodej

2.7.2 Uspořádání prodejny Globus

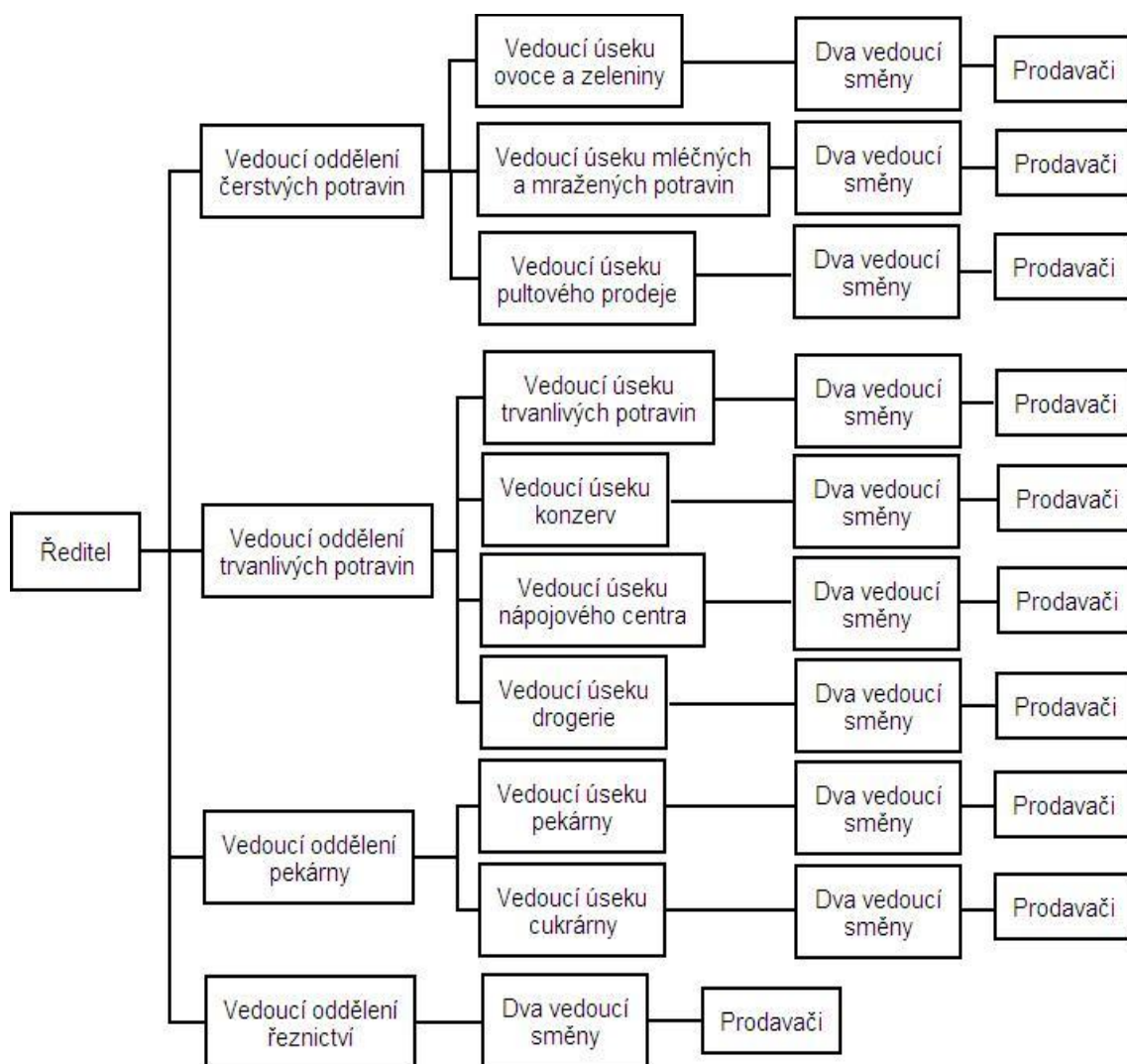
Na následujícím obr. 3 je zobrazeno umístění potravinářské a nepotravinářské zboží, ostatních prodejen, nacházejících se v hypermarketu a rozmístění skladů.



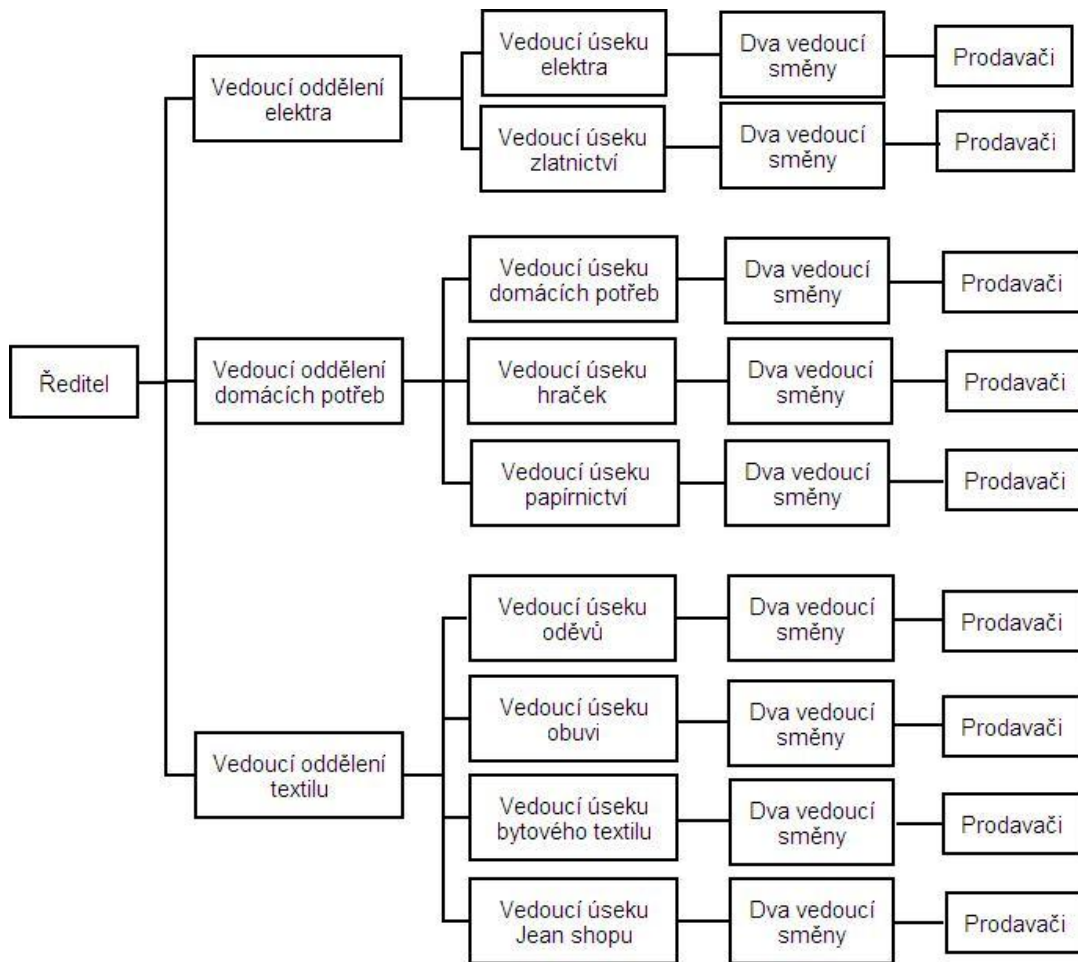
Obr. 3 – Uspořádání prodejny [16]

2.7.3 Struktura zaměstnanců hypermarketu Globus

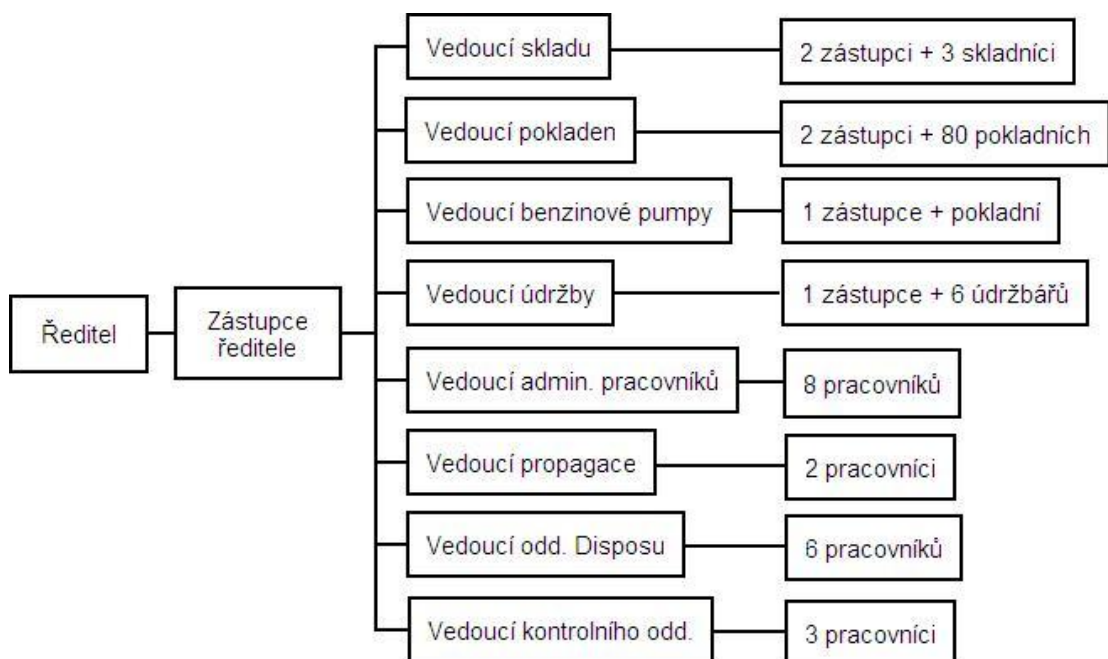
Hypermarket Globus Pardubice zaměstnává 470 pracovníků, z toho 128 mužů a 342 žen. Z toho 106 zaměstnanců zde pracuje více než 5 let a 86 zaměstnanců více než 10 let. V čele hypermarketu stojí ředitel, s přímou nadřízeností vůči vedoucím jednotlivých oddělení. Tito pracovníci přímo řídí vedoucí úseků. Na následujících obr. 4, 5, 6 je zobrazeno schéma pracovníků potravinového a nepotravinového sektoru a správy hypermarketu. Kvůli přehlednosti je toto schéma v čele s jedním ředitelem rozděleno do tří částí [16].



Obr. 4 - Struktura pracovníků potravinového zboží [16]



Obr. 5 – Struktura pracovníků nepotravinového zboží [16]



Obr. 6 – Správa hypermarketu [16]

3 Popis cesty čerstvých potravin v podniku Globus

V této kapitole se budeme zabývat objednáváním, dodáním, příjmem, skladováním a prostorovým rozmístěním zboží v oddělení čerstvých potravin.

U čerstvých potravin (tab. 6) je důležité sledování doby trvanlivosti potravin. Ta může být od několika dnů (ovoce, zelenina), týdnů (mléčné výrobky) až po několik měsíců (mražené výrobky). Trvanlivost je na zboží označena dvěma způsoby - „minimální trvanlivost do určitého data“ nebo „spotřebujte do určitého data“.

Zboží s minimální trvanlivostí lze prodávat i spotřebovávat po uvedeném datu trvanlivosti. Musí však být odděleno od ostatních výrobků a viditelně označeno, že je zboží po záruční době.

Zboží označené „spotřebujte do...“ se musí prodávat jen do data uvedeného na obalu daného zboží. Po překročení této lhůty musí být zboží odpovědnými zaměstnanci staženo z prodeje a následně likvidováno.

Tab. 6 – Čerstvé potraviny [16]

Co patří do úseku čerstvých potravin	Podrobnější popis
Ovoce	Tropické ovoce, melouny, jablka, ořechy...
Zelenina	Kořenová, listová, košťálová, plodová, lusková zelenina
Pultový prodej	Sýry, uzené a chlazené ryby, saláty
Mléčné výrobky	Balené sýry, jogurty, vakuované salámy, chlazená drůbež, vejce...
Mražené výrobky	Mražená zelenina, ovoce, drůbež, polotovary, zmrzliny...

Do úseku čerstvých potravin dříve patřily i pekařské výrobky, které pro hypermarket Globus pekla firma Biebelhausener Mühle GmbH & CO (německá firma se sídlem v Praze). V červenci roku 2008 hypermarket Globus Pardubice založil vlastní pekárnu a vzniklo tak samostatné výrobní středisko, podobně jako řeznictví [16].

3.1 Objednávání zboží

V jednotlivých hypermarketech Globus provádějí objednávání zboží disponenti a to zasláním objednávky buď přímo konkrétnímu dodavateli, se kterým jsou předem stanovené všechny dodací podmínky, nebo na centrální sklad.

Objednávky se provádějí pomocí programu DISPOS, jde o uzavřený systém zbožího hospodářství, umožňující sledovat tok zboží do dodání k prodeji. Obsahuje všechny potřebné údaje a informace, sloužící k běžnému provozu hypermarketu. V tomto programu mohou zaměstnanci (prodavači, vedoucí úseku, vedoucí oddělení) zjistit cenu určitého zboží, jeho název, množství skladovaného zboží, dobu obratu (na kolik týdnů je zásoba), datum posledního závozu a prodeje a kolik má být dodáno. Na základě výše uvedeného, navrhuje program DISPOS výši objednávek jednotlivých druhů zboží. Zároveň jsou v něm uvedeni dodavatelé včetně kontaktních údajů. Ukázka objednávky, vyhotovené přes program DISPOS, je uvedena v Příloze 1.

Objednávky musí být odeslány dodavateli v předem stanoveném termínu. Nejprve program DISPOS, podle frekvence objednávání, odprodejů a stavu zásob, navrhuje množství zboží, které by se mělo objednat. Poté disponent tento návrh buď přijme, nebo jej upraví dle vlastního uvážení. Program umí zohlednit odprodej akčních výrobků (kterých se prodá mnohem více než za běžnou cenu), neumí však reagovat na odprodej výrobků, u kterých byla snížena cena v důsledku končící trvanlivosti.

Potravinářské výrobky se objednávají každý den nebo několikrát do týdne (tab. 7), záleží na druhu a charakteru zboží a na množství prodeje v daném období [16].

Tab. 7 - Počet objednávek zboží do týdne [16]

Výrobek	Počet objednávek
Chlazená drůbež (krátká doba trvanlivosti)	6x do týdne
Jogurty, dezerty, máslo, sýry...	5x do týdne
Uzeniny	2x až 3x do týdne
Majonézy	1x až 2x do týdne
Akční výrobky	6x do týdne

Při objednávání se musí brát v úvahu:

- množství zboží ve skladě a na prodejně,
- doba spotřeby jednotlivých druhů potravin,
- velikost prodejní plochy, určené pro příslušné zboží,
- poptávka po daném zboží.

Hotovou objednávkou posílá disponent z oddělení WAWI (zbožové hospodářství hypermarketu Globus) faxem nebo přes systém EDI (Electronic Data Interchange) jednotlivým dodavatelům nebo na centrální sklad. Jedná se o mezinárodní metodu zasílání elektronických zpráv, jejímž účelem je stanovit, jaký formát budou mít zprávy, předávané mezi různými informačními systémy a zároveň určuje formu tohoto předání [13]. V praxi vše probíhá tak, že se do tohoto systému zadá vypracovaná objednávka a přes zprostředkující firmy EDITEL a CCV dojde k jejímu přenosu do centrálního skladu nebo k dodavateli.

Mezi výhody systému EDI patří:

- zjednodušení práce,
- vyšší rychlost přenosu objednávek,
- lepší dostupnost informací,
- možnost zálohy, šetření místa a papíru (ekologičtější).

Pokud hypermarket Globus zjistí, že mu nesouhlasí stav zásob v programu DISPOS se stavem skutečným (z důvodu špatného příjmu, krádeží zboží aj.), má možnost, díky tomuto programu, provést opravu. Např. společnost Tesco Stores ČR do tohoto systému zasáhnout nemůže. Pokud mají odlišný účetní a skutečný stav zásob, jejich program není schopen navrhnout správnou objednávku. Hypermarket Globus stav srovná, a program DISPOS mu objednávku navrhne správně [16].

3.2 Dodání zboží

Do hypermarketu je zboží dodáváno dvěma způsoby. První z možností je dodávka z centrálního skladu a druhou přímo od dodavatelů, přičemž každý dodavatel musí mít vypracovaný harmonogram dodávek tzv. závozný plán.

3.2.1 Dodávky zboží z centrálního skladu

Hypermarket Globus využívá tři centrální sklady, odkud je zboží dodáváno (obr. 7). Každý z nich se specializuje na jiný druh zboží (tab. 8).

Tab. 8 - Centrální sklady [16]

Sídlo Centrálního skladu	Skladované zboží
Praha - Jirny	Trvanlivé potraviny
Praha – Lipence	Ovoce a zelenina
Dašice	Mražené potraviny



Obr. 7 - Rozmístění Centrálních skladů v ČR [14]

Dodávky vychystané dodavatelem přes centrální sklad

Všechny hypermarkety zašlou objednávky na centrální sklad, který je zkompletuje a tentýž den zašle celkovou objednávkou dodavatelům. Následující den dodavatelé dodají zboží na centrální sklad, kde je zboží zaměstnanci rozděleno podle zaslaných objednávek na palety a rozvezeno na jednotlivé hypermarkety.

Dodávky vychystané centrálním skladem

Na centrálním skladě je vždy k dispozici zhruba 90% veškerého zboží, které si centrální sklad průběžně objednává u dodavatelů podle předpokládaného prodeje

a stavu zásob. Hypermarkety tak mají zajištěné rychlé a spolehlivé dodání zboží hned následující den po odeslání objednávky [16].

3.2.2 Dodávky zboží od dodavatelů

Centrála v Praze sjedná s dodavatelem dodací podmínky, tzn., jak časté budou závozy, kdy má být zboží dodáno, den vystavení objednávky, cenu, apod. Každý hypermarket Globus své objednávky posílá přímo jednotlivým dodavatelům. Tito dodavatelé sami zajišťují dopravu zboží do jednotlivých prodejen.

Hypermarket Globus v současné době spolupracuje celkem s 58 dodavateli. V Příloze 2 je uveden výběr několika dodavatelů.

3.2.3 Zavedení nového centrálního skladu

Globus ČR zavedl 15.3.2010 další centrální sklad a to na čerstvé potraviny. Uzavřel spolupráci s dodavatelskou firmou Madeta, a.s., která mu poskytla skladovací plochy v rámci vlastního skladu v Jesenicích u Prahy (kolem 2 000 m²), včetně kancelářského objektu. V praxi vše probíhá stejně jako u ostatních tří centrálních skladů. Někteří dodavatelé budou čerstvé potraviny expedovat na centrální sklad a odtud bude dodavatelská služba, pracující pro Globus, dovážet zboží do jednotlivých hypermarketů.

Mezi výhody centrálních skladů patří:

- závozy na hypermarkety až šestkrát týdně,
- systémová on-line kontrola doby minimální trvanlivosti,
- zásoba na centrální sklad u stěžejních artiklů = jistota dodání,
- na hypermarket je zavezeno vše ve společném závozu,
- odpadá detailní kontrola na příjmu zboží hypermarketu,
- administrativní úspora na kontrole faktur,
- možnosti rozšíření sortimentu, noví dodavatelé,
- optimalizace zásob,
- úspora plochy ve skladech hypermarketů,
- úspora spojená s pohybem palet na prodejních,
- finanční výhoda (náklady Globusu na centrální sklad jsou menší než při dodání dodavatelem).

3.2.4 Plány do budoucna a doporučení

V budoucnu plánuje Globus ČR sloučit všechny centrální sklady do jednoho místa a vytvořit tak jeden centrální sklad na celý sortiment.

Ovoce a zelenina se na hypermarkety Globus zavážejí pouze jedenkrát denně (ráno). Vzhledem k čerstvosti zboží by však byly optimální závozy dvakrát denně, jako je tomu například u supermarketu Kaufland. Zde si vedoucí den předem objedná zboží na ranní závoz. Ráno se přivezené zboží umístí na prodejnu. V průběhu dopoledne vedoucí úseku ovoce a zeleniny zjistí, které zboží ještě potřebuje objednat, pošle objednávku na odpolední závoz, který přijede zhruba ve dvě hodiny. Mezi tím ranní zboží s horší kvalitou může dát do slevy, protože odpoledne bude dodáno čerstvé zboží. K večeru je opět zboží s horší kvalitou dáno do slevy. Nevýhodou je, že tímto způsobem vzniknou vyšší likvidace zboží kolem 10–14% (Globus má jen 4,5%), ale díky dvěma závozům denně, supermarket poskytuje svým zákazníkům čerstvější zboží [16].

3.3 Příjem zboží

V jednotlivých hypermarketech Globus se po závozu, jak z centrálního skladu, tak od dodavatele, provede přejímka zboží. Hlavním dokladem o předání je dodací list (Příloha 3), na kterém je mimo jiné i číslo objednávky. Podle něj se zavede zboží do dokumentace.

3.3.1 Příjem od dodavatele

U dodávky od dodavatele se přijímá „do kusu“, což znamená, že se musí provést kvantitativní kontrola, následně pak kvalitativní:

- vážení zboží (chlazené ryby, saláty, uzeniny),
- kontrola trvanlivosti zboží,
- kontrola označení a neporušení obalu atd.

V praxi vše probíhá pomocí skenerů, kdy se skenují EAN kódy (viz níže) u jednotlivých kusů zboží. Tím se zjistí, jaké množství bylo dodáno a zda odpovídá objednávce. Zároveň se tímto způsobem dostane vše do databáze. Vytisknou se dvě kontrolní listiny (Příloha 4), jedna se posílá dodavateli i s dodacím listem, druhá se zakládá v oddělení DISPOS a je dokladem o dodání zboží [16].

EAN (European Article Numbering) je jednotný systém označování zboží, který umožňuje jeho přesnou a jednoznačnou identifikaci z mezinárodního hlediska. EAN kód (obr. 8) představuje soubor kontrastujících čar a mezer s různou šířkou, uspořádaných kolmo k pomyslné vodorovné čáře. Je doplněný souborem číslic a dalších pomocných znaků. Tvoří 13 číselně označených míst. Jak již bylo řečeno, identifikace zboží se provádí elektronicky – čtecími systémy na základě kontrastu tmavých čar a světlých mezer.

Pro jednotné označení zboží kódem EAN platí tato povinná rozdělení:

- první tři číslice zleva obsahují číslo země,
- další čtyři číslice identifikují výrobní podnik,
- na následujících pěti místech je označení výrobku,
- poslední je kontrolní číslice [3].



Obr. 8 - EAN kód [15]

3.3.2 Příjem z centrálního skladu

Pokud je zboží dovezeno z centrálního skladu, detailní přejímka se neprovádí. Připravené palety jsou opatřeny štítkem s EAN kódem, který obsahuje množství a druh na paletě. Při přejímce v jednotlivých hypermarketech se pouze naskenuje štítek s EAN kódem a tím je zboží zaúčtováno do informačního systému DISPOS.

3.3.3 Kontrola dodávky od dodavatelů

U přijaté dodávky se kontroluje neporušenost obalů, doklady a nákladový prostor vozidla, ve kterém bylo zboží dodáno.

Kontrola neporušenosti obalů potravin

Přejímané potraviny musí být zajištěny řádným a neporušeným obalem, který zamezí jejich kontaminaci. Skupinové obaly musí zajistit ochranu spotřebitelských balení před jejich narušením a následnou kontaminací přejímaných potravin.

Kontrola značení a průvodních dokladů přejímaných potravin

Pracovník kontroluje datum minimální trvanlivosti. Uchovávací lhůty nesmí být překročeny. Potraviny s lhůtami na konci doby použitelnosti nebo minimální trvanlivosti lze převzít pouze s ohledem na předpokládaný termín prodeje.

Kontrola teploty v nákladovém prostoru vozidla

Na začátku přejímky kontroluje pracovník pomocí teploměru teplotu v nákladovém prostoru vozidla, ve kterém byly potraviny přepraveny. Při zjištění zvýšení teploty během přepravy o více než 2°C pro chlazené a o více než 3°C pro zmražené potraviny se provádí měření teploty potravin rychlým povrchovým teploměrem případně vpichovým teploměrem. Taková dodávka se nepřijímá a vrací se zpět dodavateli. Pokud se zjistí zvýšení teploty potravin do 2°C pro chlazené a do 3°C pro zmražené potraviny, zajistí se okamžité uložení potravin v chladicím nebo mrazicím zařízení s vyšší intenzitou chlazení [8].

3.3.4 Vadná dodávka zboží

Zjistí-li pracovník příjmu při kontrole zboží, že je některé vadné, vrátí ho zpět dodavateli a na kontrolní listinu napíše důvod vrácení.

Nejčastější závady dodávky jsou:

- neodpovídající množství,
- poškozené zboží nebo obal,
- prošlá nebo krátká doba trvanlivosti zboží,
- špatná teplota v nákladovém prostoru vozidla.

Zjistí-li se v průběhu doplňování zboží jeho vada (chybějící datum spotřeby), vytvoří pracovník oddělení WAWI doklad o vrácení zboží (Příloha 5). Tento doklad

obsahuje např. adresy obou zúčastněných stran, druh zboží, EAN kód, množství atd. Při nejbližší dodávce je toto zboží vráceno zpět dodavateli [8].

3.4 Skladování zboží

Každý hypermarket Globus má vlastní skladovací plochy pro potravinářské i nepotravinářské výrobky.

Do skladu v hypermarketu se dováží jen menší množství zboží od každého druhu. Tato zásoba slouží k průběžnému doplňování do prodejny do té doby, než je přijata další dodávka zboží. Cílem hypermarketu je snižovat peněžní prostředky v zásobách (tab. 9) [16].

Tab. 9 - Zásoby v peněžních jednotkách za 3 týdny v roce 2008 a 2009 [16]

Zásoby	32. týden		33. týden		34. týden	
	Rok 2008	Rok 2009	Rok 2008	Rok 2009	Rok 2008	Rok 2009
Uzeniny a masné výrobky	227 719	415 868	199 432	379 678	272 804	411 567
Mražené výrobky	1 248 803	1 201 196	1 155 451	1 092 809	1 288 885	1 207 524
Mléko, mléčné vyr., tuky	2 823 522	2 283 082	2 384 194	2 060 162	2 327 532	2 440 797
Sýry - pult	372 108	436 485	264 674	546 670	269 743	350 341
Celkem	4 672 152	4 336 631	4 003 751	4 079 319	4 158 964	4 410 229

Skladování potravin se řídí principy FIFO (First In – First Out). Potraviny, přijaté ke skladování jako první, jsou jako první vyskladňovány a následně pak uloženy v prodejních zařízeních a nabízeny k prodeji.

3.4.1 Druhy skladů

Oddělení čerstvých potravin skladuje dovezené zboží v deseti skladech, které jsou přizpůsobeny danému druhu výrobku. Jedná se o:

- sklad mléčných výrobků,
- sklad vakuovaných uzenin,
- sklad chlazené drůbeže,
- sklad vajec,
- sklad mražených výrobků,
- sklad uzených ryb – pro pultový prodej,
- sklad chlazených ryb – pro pultový prodej,
- sklad sýrů - pro pultový prodej,
- sklad salátů - pro pultový prodej,
- sklad zeleniny.

Sklad sýrů a sklad salátů

Po převzetí pracovníkem příjmu je zboží, umístěné na přepravních dřevěných paletách, převezeno na vyčleněné místo. Poté je přemístěno do kovových regálů, umístěných v jednotlivých skladovacích prostorech s teplotami, odpovídajícími skladovacím podmínkám (Příloha 6).

Manipulace s potravinami musí být důsledně prováděna podle charakteru jednotlivých druhů v souladu s platnými hygienickými předpisy [8] tak, aby nedocházelo ke kontaminaci potravin, k jejich znehodnocení nebo k ovlivňování charakteru zboží a obalů jejich nevhodným skladováním.

Vadné zboží, určené k likvidaci, se uchovává v umělohmotných nádobách, označených „Nepoživatelné zboží“.

Sklad chlazených ryb

Po dodání zboží na sklad musí být ryby nejprve „zaledovány“ ve speciálních chladicích boxech do šupinového ledu, který se vyrábí výhradně z pitné vody. Následně jsou podle potřeby baleny a dodávány do prodejního pultu. Ryby musí být čerstvé, bez cizího pachu, povrchového nebo mechanického poškození.

Stejně jako u skladu sýrů a salátů, se zboží určené k likvidaci uchovává v nádobách, označených „Nepoživatelné zboží“.

Sklad ovoce a zeleniny

Sklad zeleniny se liší od ostatních skladů tím, že má vlastní příjem. V šest hodin ráno se zboží doveze do hypermarketu, potřebná část se doplní na prodejnu a zbytek je uloženo do skladu. V průběhu dne pracovníci úseku ovoce a zeleniny podle potřeby doplňují a přebírají zboží. Vadné a neprodejné zboží odvázejí do skladu zeleniny, kde ho podle druhu roztřídí. Večer pracovník zeleniny vyhotoví jejich soupis, který obsahuje název a množství. Druhý den se toto vadné zboží pod dozorem kontrolního oddělení likviduje [16].

Ovoce a zelenina musí být:

- bez hrubého znečištění zeminou, která by mohla způsobit mikrobiologickou kontaminaci potravin,
- bez mechanického narušení (zboží musí být zachované, požitelné části kusů chráněné slupkou nesmí být kontaminovány zeminou),
- bez přítomnosti kamenů, nepoživatelných součástí plodin a jiných cizích předmětů,
- zdravé, čerstvé, bez známek hniloby a plísní,
- ovoce musí být ve stádiu zralosti.

Čerstvé houby, volně rostoucí a pěstované, musí být:

- pevné konzistence, dobře na sucho očištěné, bez cizích příměsí a nečistot. Nesmějí být přestálé, plesnivé, zapařené a nadměrně vlhké.

O špatném stavu ovoce, zeleniny, brambor a hub se informuje dodavatel. Dodávku s méně kvalitním zbožím lze přijmout pouze za předpokladu úpravy smlouvy o dodávce – např. zařazení do jiné kvalitativní třídy, slevy, apod. Po přijmutí této dodávky, s méně kvalitním zbožím, se ihned provede přebrání a vytřídění nepoživatelných kusů z důvodu napadení plísní nebo hnilobou. Pokud nebyla sjednána úprava smlouvy o dodávce,

a zboží neodpovídá kvalitě a zdravotnímu stavu, zajistí pracovník, aby se zboží nedostalo na prodejnu a bylo následně zlikvidováno.

Vedle skladu zeleniny je z hygienických důvodů zvláštní místnost, kde se zpracovávají melouny. Umývají se, krájejí, zabalují a označují etiketou [8].

Sklad mražených výrobků

Pravidelně se musí zajišťovat sanitace skladu. V pravidelných intervalech (určených vedoucím oddělení) se provádí odmrazení zařízení a generální úklid. Zdravotně závadné potraviny, včetně rozmrazených, se likvidují. Opětovné zamrazení není povoleno.

V otevřených mrazicích zařízeních se teplota měří v místě sání vzduchu na úrovni vyznačeného maximálního plnění. Potraviny lze v takovýchto mrazicích boxech uchovávat jen do výše maximálního plnění [8].

3.4.2 Rozmístění zboží v jednotlivých skladech prodejny

Sklady potravin se vybavují policemi a regály, případně rohožemi nebo podložkami pro uložení potravin mimo podlahu. Každý regál má své evidenční číslo, které slouží při inventuře. Pravidelně se provádí sanitace skladu (generální úklid).

Ve skladu je zvláštní místo, kde je uchováváno zboží k likvidaci a další místo, sloužící k uložení zboží, které se vrací zpět dodavateli. Jedná se o závady typu: bez data spotřeby nebo doby trvanlivosti, se špatným EAN kódem apod. Zboží určené k likvidaci se skenuje, kontroluje se jeho množství a následně likviduje [16].

Při uložení a skladování potravin se musí zajistit trvalý přehled o uchovávaných lhůtách. Kontroluje se datum minimální trvanlivosti, případně datum použitelnosti skladovaných potravin. Při poruše na chladicím a mrazicím zařízení se zajistí přemístění zboží do funkčních boxů nebo se provede přesun do prodeje.

Omezují se manipulace s potravinami – např., která by mohla narušit celistvost obalů, případně samotné potraviny [8].

3.4.3 Teplota ve skladu

Ve skladech potravin musí být zajištěna teplota a vlhkost odpovídající požadavkům, stanoveným pro skladování a uchovávaní potraviny výrobcem, nebo

zvláštními právními předpisy [8]. Teploměr musí být umístěn na viditelném místě. Odpovídající teplotu jsou pak zaměstnanci povinni každý den ráno a odpoledne zapisovat do speciálních tabulek.

Stejně teploty se dodržují i u potravin, určených k prodeji a uložených v prodejním zařízení [8]. Hodnoty teplot jsou uvedeny v Příloze 6.

3.4.4 Likvidace vadných potravin

Pracovník naskenuje EAN kód vadného zboží a pomocí programu DISPOS se vyhotoví protokol o likvidaci (Příloha 7). Ten je podkladem pro následnou likvidaci zboží. V oddělení WAWI se poté vše zavede do účetnictví ve formě odpisů zboží.

Vadné zboží se likviduje na místech k tomu určených. Jedná se o části skladovacího prostoru, kde jsou umístěny kontejnery. Kromě likvidace vadných potravin se provádí též likvidace odpadového materiálu, jde o:

- recyklaci papírového odpadu (lisovací kontejnery),
- směsný odpad (plasty, dřevo),
- rychle se kazící zboží,
- kompostovatelný odpad (ovoce a zelenina),
- kafilerii (likvidace živočišných produktů) [16].

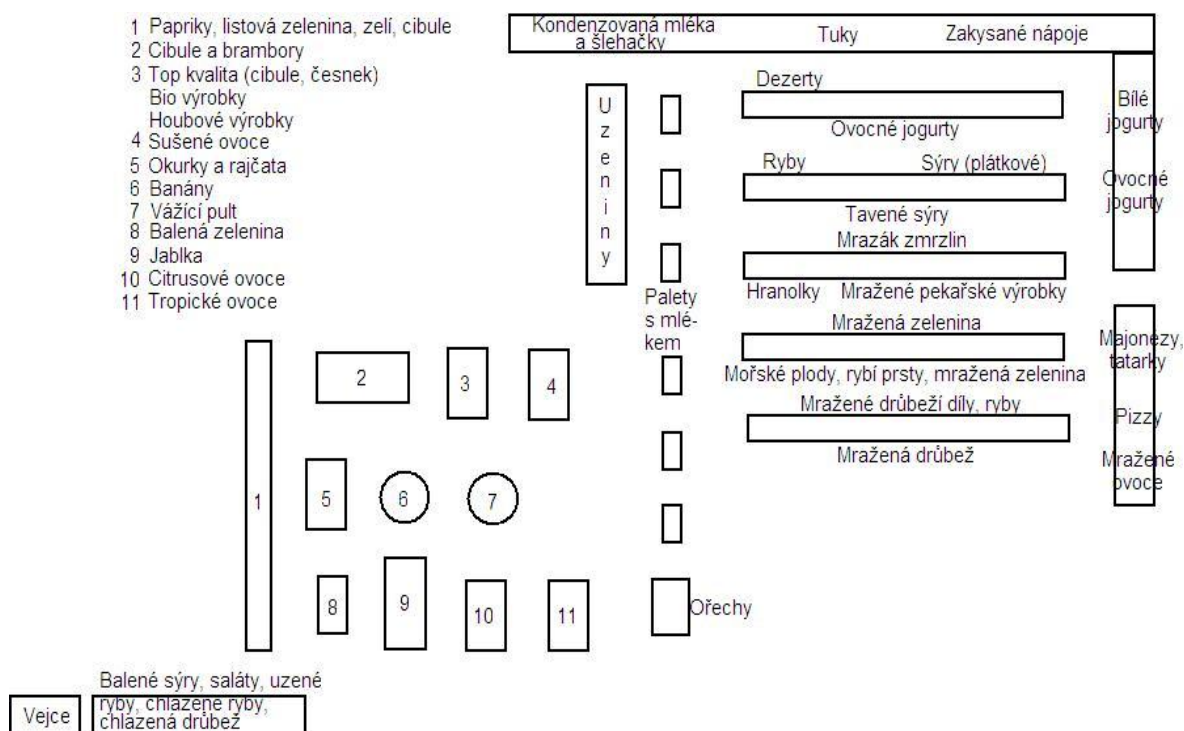
4 Čerstvé potraviny na prodejně určené k prodeji

Každé zboží má na prodejně své určené místo. Většina je uložena v regálech, rychloobrátkové zboží na paletách, chlazené a mražené potraviny v chladicích a mrazicích boxech a v případě pultového prodeje v prodejních vitrínách. Zde je zboží připraveno pro konečného spotřebitele. Konečným spotřebitelem (zákazníkem) rozumíme fyzickou či právnickou osobu, která zboží využívá ke své potřebě [1].

V této kapitole se proto budeme zabývat otázkami: „Jak se potraviny na prodejnu dostanou?“ „Kdo má vše na starost?“ A „Kam je zboží umístěno?“

4.1 Prostorové rozmístění úseku čerstvých potravin

Úsek čerstvých potravin v hypermarketu Globus Pardubice, je umístěn v zadní části prodejny (obr. 9).



Obr. 9 – Úsek čerstvých potravin [16]

4.2 Přeprava zboží na prodejnu

Doplňování zboží na prodejnu zajišťují prodavači. Zboží doplňují vždy na začátku dne před otevřením hypermarketu. Pokud pracovník zjistí v průběhu dne, že určité zboží v regálu chybí, musí ho též doplnit.

Pracovník pomocí vysokozdvizného vozíku „sundá“ ve skladu palety se zbožím z vyšších poloh. Pomocí elektrického nebo ručního vozíku odveze paletu na prodejnu. Následně ho doplňuje do regálu tím způsobem, že zboží s delší trvanlivostí ukládá dozadu za zboží s kratší lhůtou trvanlivosti. Zboží, které se do regálu nevejde, doveze zpět do skladovacího prostoru, kde ho pomocí vysokozdvizného vozíku uloží zpět na volné místo [16].

4.3 Umístění zboží

Vzhledem k rozmanitosti sortimentu, umísťují prodavači v oddělení čerstvých potravin zboží na palety, do regálů, mrazicích a chladicích boxů, prodejních pultů a v případě zeleniny též na chladicí zrcadlovou stěnu.

4.3.1 Zboží v regálech a na paletách

Zboží je umístěno do regálů nebo na palety. Každý druh zboží má přesně stanovené místo, které se plánuje na centrále v Praze pomocí tzv. plánogramů. Tyto plánogramy se vytvářejí v programu Space Planning. Ke své práci je využívají především pracovníci, kteří se starají o doplňování zboží na prodejně.

Množství každého druhu zboží, umístěného v regálech, závisí na objemu prodeje. To znamená, že nejprodávanější zboží má v regálové jednotce větší prostor, aby nemuselo být stále doplňováno.

Každý druh zboží musí mít své označení – regálový štítek (obr. 10), kde je uveden název, celková cena, cena za jednotku, EAN kód, číslo regálu, datum vystavení štítku, počet řad v regálu a skupina zboží.

Na paletách v prostoru prodejny se umísťuje zásadně nechlazené zboží, akční zboží a zboží, které má rychlý odbyt. Je to tzv. druhotné umístění zboží [16].



Obr. 10 – Regálový štítek [16]

4.3.2 Pultový prodej

Sýry, saláty a ryby se do hypermarketu Globus dodávají ve velkoobchodním balení (toto balení obsahuje více než jeden kilogram potravin). Pro úpravu těchto potravin jsou ve skladovacích prostorách vyčleněny jednotlivé přípravné, vybavené potřebnými technologickými prostředky (dřezy, umyvadla, nerezové pracovní plochy). Jedná se o přípravny:

- pro úpravu a manipulaci se sýry se vstupem do chlazeného skladu a průchodem do prodejního místa s pulty,
- lahůdkových výrobků a uzených ryb. Z důvodu neslučitelnosti potravin (pachu uzených ryb), jsou pro úpravu lahůdkových salátů a uzených ryb vyčleněny samostatné pracovní plochy,
- pro úpravu chlazených ryb. I zde jsou použity potřebné technologické prostředky a vstup do chlazeného skladu a prodejního místa s pulty. Součástí chlazeného skladu je výrobek ledu, napojený na přívod pitné vody [8].

V těchto přípravných zaměstnanci provádí krájení, balení do obalového materiálu (viz dále) a vážení. Obal potravin musí být neporušený, aby zabránil kontaminaci vlastních potravin cizími předměty. V případě zjištění narušení obalu provede pracovník přebalení.

Provozovatel potravinářského podniku, který nabízí k prodeji nebo prodává spotřebiteli potraviny, zabalené mimo provozovnu výrobce a bez přítomnosti spotřebitele, je povinen označit potravinu podle zákona [9] etiketou (Příloha 8) s následujícími údaji:

- obchodní jméno prodávajícího,
- název potraviny,
- údaje o množství a složení výrobku,
- doba trvanlivosti,
- způsob skladování,
- další údaje, stanoví-li to prováděcí právní předpis [9].

Takto označené zboží jde buď do skladu, nebo přímo na prodejnu, kde je pracovníkem umístěno do prodejní vitríny či na pult. Ryby, pokud nejsou zabaleny pro samoobslužný prodej, jsou umístěny do prodejního zaledovaného chlazeného boxu, krytého sklem, zabraňujícím kontaktu se zákazníkem.

Na prodejní pulty se potraviny vkládají i do umělohmotných nebo do skleněných nádob (např. saláty) nebo na tácech a podnosech. Otevřená chladicí zařízení lze plnit pouze do výše zóny chlazeného vzduchu [8].

Sanitace přípravné místnosti a prodejního pultu

Cílem veškerých hygienicko-sanitačních opatření je vytvořit pro prodej potravin takové podmínky, aby jejich kontaminace byla omezena na minimum, popřípadě vyloučena úplně.

V úseku ryb-sýrů je mytí a sanitace zajišťována úklidovou firmou nebo zaměstnanci hypermarketu. Před zahájením úklidových prací musí být ze sanitovaného prostoru odstraněny potraviny, které by mohly být sanitací poškozeny.

Zaměstnanci po ukončení činnosti provádějí v přípravně sanitaci pomůcek, náčiní a pracovního místa. Veškerý organický odpad musí z přípravně odstranit.

U prodejního pultu se sanitace provádí průběžně. Stroje, nástroje, pracovní a prodejní plochy se během dne čistí a dezinfikují. Na konci každé směny se všechno zboží z pultu odnese do skladu a provede se kompletní sanitace. Ráno je pak zboží přeneseno zpět [8].

Obalový materiál

Do obalového materiálu patří plastové misky, kelímky s víčky, tácky, sáčky, lžičky a obalové papíry.

Obalový materiál musí být zajištěn řádným a neporušeným vnějším ochranným obalem, který zamezí kontaminaci vlastních obalů cizími předměty (např. prachem, součástmi okolních materiálů). O dodavatele lze přijmout pouze obalový materiál, který je ve shodě s objednávkou. V případě zjištění narušení vnějšího ochranného obalu, zajistí pracovník, po provedení přejímky obalového materiálu, přebalení dodávky do neporušeného ochranného obalu. Při narušení vnějších ochranných obalů a znečištění obalového materiálu, znemožňujícího použít vlastní obalový materiál k zabalení potravin, zajistí pracovník příjmu nepřevzetí dodávky a její vrácení dodavateli.

Obalový materiál musí být skladován za podmínek, stanovených jeho výrobcem. Ukládá se na čisté bezprašné místo, chrání se proti znečištění. Plastové misky, kelímky a tácky se do polic ukládají dnem vzhůru tak, aby byl chráněn vnitřní povrch proti znečištění a kontaminaci [8].

4.3.3 Mrazicí a chladicí zařízení

V oddělení čerstvých potravin se nacházejí tři mrazicí a šest chladicích zařízení, kde musí být dodržována stanovená teplota, odvíjející se od charakteru jednotlivých druhů zboží (Příloha 6).

Do otevřených mrazicích zařízení se umísťuje mražená zelenina, drůbež, cukrářské výrobky, zmrzlina, pizzy, mražené ryby apod.

V chladicích zařízeních zákazníci najdou mléčné a masné výrobky, chlazené ryby apod.

4.3.4 Umístění ovoce a zeleniny na prodejně

Ovoce a zelenina je na prodejně čerstvých potravin umístěna dle druhů v chladicí zrcadlové stěně, na stolech, v chladicích zařízeních a v kovových regálech.

U ovoce a zeleniny musí být uveden název, země původu, jakost a cena (za ks nebo za kg dle druhu zboží). Pokud jsou tyto výrobky zvlášť balené, je zde navíc uveden počet kusů v balení. Jakost se neurčuje u banánů a u brambor, protože banány mají čtyři

stupně zralosti a brambory se dělí na rané a pozdní a podle moučnatosti do skupin A,B,C (A – do salátu, B – příloha, C – kaše a pyré) [16].

4.4 Kontrola zboží na prodejně

Po umístění zboží na prodejnu musí prodavači neustále kontrolovat jeho čerstvost, neporušenost a dobu trvanlivosti.

Pravidelná kontrola potravin nabízených k prodeji

V přiděleném prodejním úseku provádí prodavač kontrolu potravin, nabízených k samoobslužnému prodeji. Kontroluje neporušenost obalů potravin a dodržení uchovávacích lhůt, především u balení, která jsou uložena v nejbližším dosahu spotřebitele, a je pravděpodobné, že budou prodána nejdříve. Je pochopitelné, že nesmí opomenout ani balení, uložená zcela vzadu. Provedení kontroly zapisuje na začátku směny do deníku.

Potraviny, u kterých bylo zjištěno narušení spotřebitelského obalu nebo překročení minimální doby trvanlivosti, se vyřazují z prodeje.

Kontrola ovoce, zeleniny, brambor a hub

Při kontrole se odstraňují kusy nevhodné k prodeji. Četnost kontrol u jednotlivých druhů se přizpůsobuje rychlosti biologického stárnutí a rychlosti zrajících procesů. Odstraňují se kusy s porušenou celistvostí vlivem spadnutí na podlahu, ale v případě neporušenosti se umísťují zpět do prodejních zařízení. V úseku samoobslužného prodeje nebaleného ovoce, zeleniny, brambor a hub musí být zajištěny podmínky k zamezení znečištění rukou spotřebitele. Úsek musí být vybaven jednorázovými rukavicemi a obalovým materiálem.

Monitoring potravin s docházejícím datem minimální trvanlivosti nebo datem použitelnosti

Balené potraviny, u kterých dochází k ukončení minimální doby trvanlivosti, se monitorují. O druhu zboží pracovník informuje vedoucího úseku prodeje. Sleduje se obrat tohoto zboží a provádějí se opatření, vedoucí k rychlému prodeji např. sleva zboží.

Mezi standardní hygienická doporučení patří:

- pracovník, manipulující s nebalenými potravinami, musí být zdravý, bez příznaků infekčních onemocnění a bez zánětlivých poranění kůže (např. pořezání). Musí dodržovat pravidla osobní hygieny a provádět mytí rukou vždy při jejich znečištění (např. před započatím práce, po použití toalety, při přechodu z nečisté práce na čistou, po manipulaci s odpady),
- pracovník kontroluje čistotu a úplnost pracovního oděvu (pokrývka hlavy a jednorázové rukavice). Před vstupem na pracoviště odkládá v šatně osobní věci a veškeré ozdobné předměty. Zdržuje se kouření, jídla a pití na pracovišti,
- k odebrání požadovaného množství nebalené potravin používá výhradně podávací a nabírací náčiní. Případně manipuluje s potravinami v jednorázové rukavici, dodržuje při tom princip tzv. „čisté ruky“,
- při případném obslužném prodeji s okamžitým placením musí být pracovník manipulující s penězi vyčleněn mimo manipulaci s nebalenými potravinami.

Pokud pracovník tyto požadavky nesplňuje, je odvolán do té doby, dokud neprovede nápravu.

Pravidelně 1x týdně kontroluje pracovník stav pracoviště, strojů a prodejních zařízení. Závady odstraní, nebo předá požadavek na jejich odstranění technickému útvaru [8].

4.5 Zboží, připravené pro konečného spotřebitele

Na konci celého procesu cesty výrobku se dostává zboží do rukou konečného spotřebitele. Vzhledem k uspořádání prodejny v oddělení čerstvých potravin, přehlednosti a kvalitě vystaveného zboží, širokému sortimentu, kdy si kupující může vybrat zboží dle své potřeby, je převážná část zákazníků s nákupem spokojená. Přispívá k tomu i vyhovující množství pokladen, díky kterému je zákazník rychle odbaven. Bude-li čekat déle než 10 minut a všech 35 pokladen nebude otevřeno, obdrží na informacích jako omluvu poukaz v hodnotě 40 Kč.

U všech druhů nabízených potravin, které mají vyznačené datum doporučené spotřeby, si může být zákazník jist jejich čerstvostí, a tedy nejvyšší kvalitou. Najde-li

zboží s prošlou záruční lhůtou, za každý druh takového zboží obdrží též nákupní poukaz v hodnotě 40 Kč [12].

4.6 Doporučení

Podle mého názoru by bylo vhodné umístit váhy na ovoce a zeleninu na pokladny, jako tomu je například v hypermarketu Hypernova. Toto opatření by vedlo ke snížení počtu zaměstnanců, potřebných na tomto úseku, a ke zvětšení prodejní plochy. Na druhou stranu by měl tento systém z počátku jisté nevýhody - pokladní nemají přehled o veškerém sortimentu, tudíž by mohlo dojít k prodeji jiného zboží. Nutné by bylo zavedení pokladních do problematiky a častější kontrola stavu.

Další možností je umístit váhy na prodejnu, kde by si každý zákazník vážil zboží sám (podobně jako v supermarketu Kaufland). Z tohoto opatření plynou stejné výhody jako u umístění vah na pokladny, ovšem problémem by mohlo být nesprávné označení zboží zákazníkem, z důvodu špatné orientace v širokém sortimentu v úseku ovoce a zelenina.

Dále bych doporučila otevřená mrazicí zařízení, především z důvodu zamezení úniku chladu, nahradit mrazáky s uzavíratelným víkem. Nedocházelo by tak ke znehodnocování zboží (např. zničení obalu zákazníkem), navíc by se šetřilo elektrickou energií, čímž by zároveň docházelo k úspoře finančních prostředků.

5 Ekonomika prodeje

Vedení hypermarketu Globus musí vhodně zvolit marketingovou a cenovou strategii, s kvalitním využitím moderních elektronických systémů (program DISPOS, systém EDI), k dosahování co nejefektivnějšího hospodaření.

Kromě stanovení cen, zde hraje poměrně důležitou roli i vhodná kombinace cenově zvýhodněných nabídek u jednotlivých druhů zboží, která má ovlivnit spotřebitele ke koupi a zvýšit tak objem prodeje.

5.1 Stanovení ceny

Cena se stanovuje pro všechny hypermarkety Globus v České republice na centrále v Praze jako součet nákupní ceny, DPH (u čerstvých potravin činí DPH 10%) a požadované marže [16]. V tab. 10 je uvedena nákupní a prodejní cena u vybraných druhů zboží.

Tab. 10 - Za jakou cenu hypermarket Globus nakupuje a prodává [16]

Druh zboží	Nákupní cena (v Kč)	Prodejní cena (v Kč)	Hrubý výnos (v Kč)
Mléko	11,90	16,90	5,00
Smetana ke šlehání	12,02	15,90	3,88
Jihočeský jogurt	12,23	16,50	4,27
Paštika s kachními játry	14,75	21,50	6,75
Máslo Tatra	19,15	25,50	6,35
Trvanlivý salám	27,00	38,50	11,50
Vídeňské párky Mini	25,65	33,90	8,25
Majonéza Hellmann's	32,08	39,90	7,72

5.2 Cenově výhodné zboží

Hypermarket Globus poskytuje svým zákazníkům i zvýhodněné cenové nabídky u některých druhů výrobků. Jedná se o cenově výhodné zboží, které musí být vždy pro zákazníka viditelně označeno. Mezi ně patří:

- akční zboží,
- supercena,
- nejnižší cena,
- „ostře měřené ceny“.

Akční zboží

Akční zboží (tab. 11) je na regále označeno nápisem „Z našich novin“ (trvá týden) nebo „Z našeho katalogu“ (trvá dva týdny nebo měsíc). Tato označení jsou znázorněna na obr. 11 a obr. 12. Plánování akčního zboží probíhá většinou dva až tři měsíce dopředu. Objednává se až šestkrát do týdne, záleží na poptávce po daném druhu zboží.



Obr. 11 – Zboží z našeho katalogu [16] Obr. 12 – Zboží z našich novin [16]

Tab. 11 - Přehled akčního zboží [16]

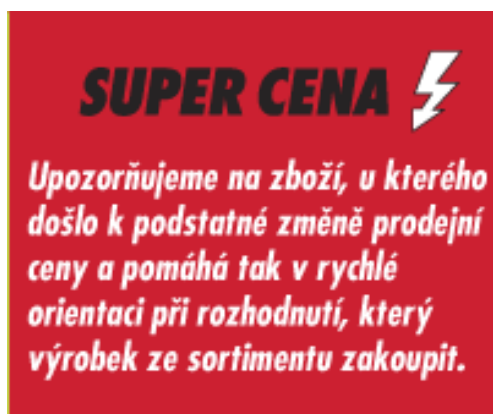
Druh zboží	Akční cena (v Kč)	Běžná prodejní cena (v Kč)	Rozdíl (v Kč)
Kachna chlazená (1kg)	69,90	80,00	10,10
Vepřová kýta (1kg)	99,00	109,00	10,00
Okurky (1ks)	6,90	9,90	3,00
Jablka červená (balená – 2kg)	19,90	29,90	10,00
Hermelín (3 x 120g)	49,90	66,90	17,00

Super cena

Super cena je označena červeným štítkem s nápisem „Super cena“ (obr. 13). Trvá i několik měsíců, což je potřeba zohlednit při objednávce. Super cena se stanovuje, pokud dodavatel na určitou dobu sníží nákupní cenu daného zboží.

Nejnižší cena

Nejnižší cena (obr. 14) se mění často (i třikrát týdně), podle toho, jak nákupčí reagují na ceny v konkurenčních hypermarketech. Celý proces probíhá tak, že zaměstnanci oddělení nákupu vytipují zboží, u kterého kontrolní oddělení provádí cenové srovnání s jednotlivými hypermarkety obchodních řetězců. Toto cenové srovnání je předáno zpět pracovníkům oddělení nákupu, a ti následně přizpůsobují cenu konkurenci - upravují cenu tak, aby byla vždy nejnižší (tab. 12).



Obr. 13 – Super cena [16]



Obr. 14 – Nejnižší cena [16]

Tab. 12 - Přehled zboží označené jako „Nejnižší cena“ [16]

Druh zboží	Nejnižší cena zboží (v Kč)	Běžná prodejní cena (v Kč)	Rozdíl (v Kč)
Pangasius – mražené filety	79,90	99,90	20,00
Uzený Eidam (100g)	8,90	15,90	7,00
Špenát (450g)	6,50	7,50	1,00
Bílý jogurt (150g)	2,90	4,90	2,00

„Ostre měřené ceny“

Kampaň stoprocentní cenové srovnání („Ostre měřené ceny“) je prováděna externí agenturou na různých výrobcích. Jedná se o porovnávání cen s konkurenčními hypermarkety (Tesco, Kaufland). Stoprocentní cenové srovnání probíhá jedenkrát za tři měsíce, aby měl zákazník přehled o snižování cen. Nákupčí určí výrobky, u kterých došlo pro zákazníka k významným cenovým snížením a tyto výrobky jsou na regálech označeny „Ostre měřené ceny“ (obr. 15) [16].



Obr. 15 – Ostře měřené ceny [16]

5.3 Slevy a odpisy

Jistý vliv na ekonomiku podniku mají i slevy a odpisy. Odpovědní pracovníci musí, především na základě svých znalostí a zkušeností, rozhodovat o vhodném termínu zavádění zboží do slev, vzhledem k minimální trvanlivosti, aby ztráty, ve formě odpisů, byly minimální.

Slevy

Do slevy (obr. 16) je možné dát zboží, jehož doba trvanlivosti končí. Je na rozhodnutí vedoucího úseku, dá-li zboží do slevy či nikoli.



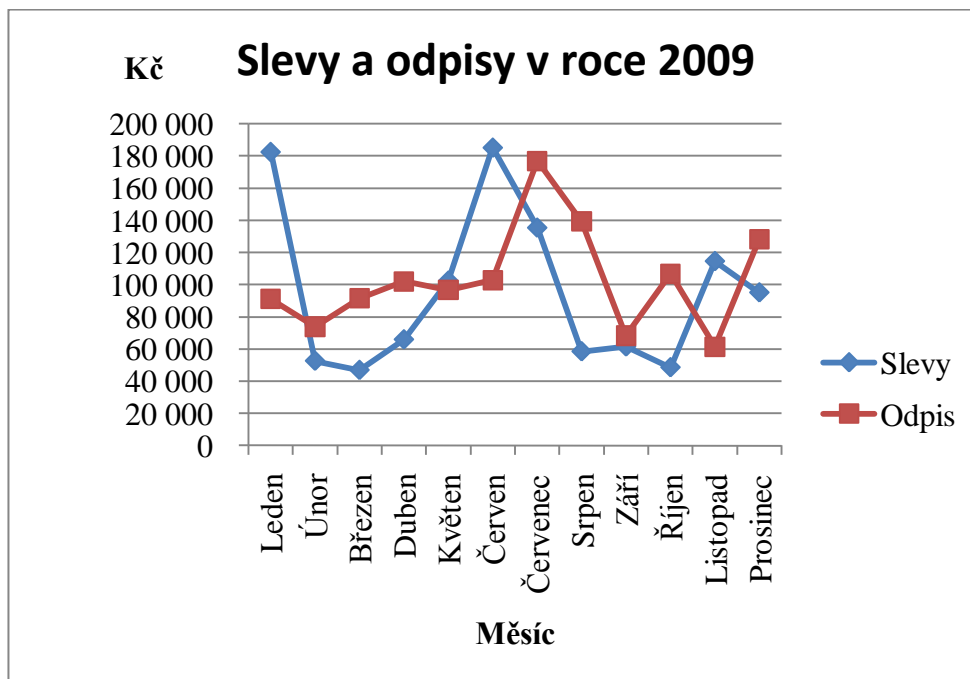
Obr. 16 – Sleva [16]

Určitou nevýhodou je, že hypermarket Globus používá poměrně hodně druhů cenových snížení. Zákazník se v celém systému může ztrácet, není schopen se v těchto výhodách rychle zorientovat a plně je využít.

Odpisy

Odpisem se rozumí zboží, vyřazené z prodeje z důvodu nesplnění požadavků (prošlé, poškozené, ukradené či snědené zákazníkem). Pro lepší představu jsou odpisy znázorněny v Příloze 9.

Celkový přehled slev a odpisů za jednotlivé měsíce v roce 2009 je uveden v Příloze 10. Zřetelně je tato situace vyjádřena grafem na obr. 17, kde je patrné, že největší slevy jsou na počátku roku vzhledem k velkým zásobám zboží z vánočního období. Ke zvýšení odpisů došlo v měsíci červen a červenec, kdy vznikla závada na mrazicím zařízení, tudíž bylo nutné vadné zboží zlikvidovat [16].



Obr. 17 – Slevy odpisy v roce 2009 [16]

Včetně cenově výhodného zboží (uvedeného v kapitole 5.2), nabízí hypermarket Globus svým zákazníkům i jiné informační akce, viz obr. 18. Ty sice přitahují zákazníky, ale zároveň zhoršují jeho orientaci v této oblasti

SUPER ŠANCE

Upozorňujeme na nejlepší nabídku z Našich novin. Takto označené zboží naleznete na titulní nebo zadní straně Našich novin.

Takto označené potraviny byly vyrobeny přímo v Globusu a ručíme za jejich kvalitu a čerstvost.

VYŘAZENO ZE SORTIMENTU

Označujeme speciální segmenty zboží, které již nebude v našem sortimentu.

NOVINKA

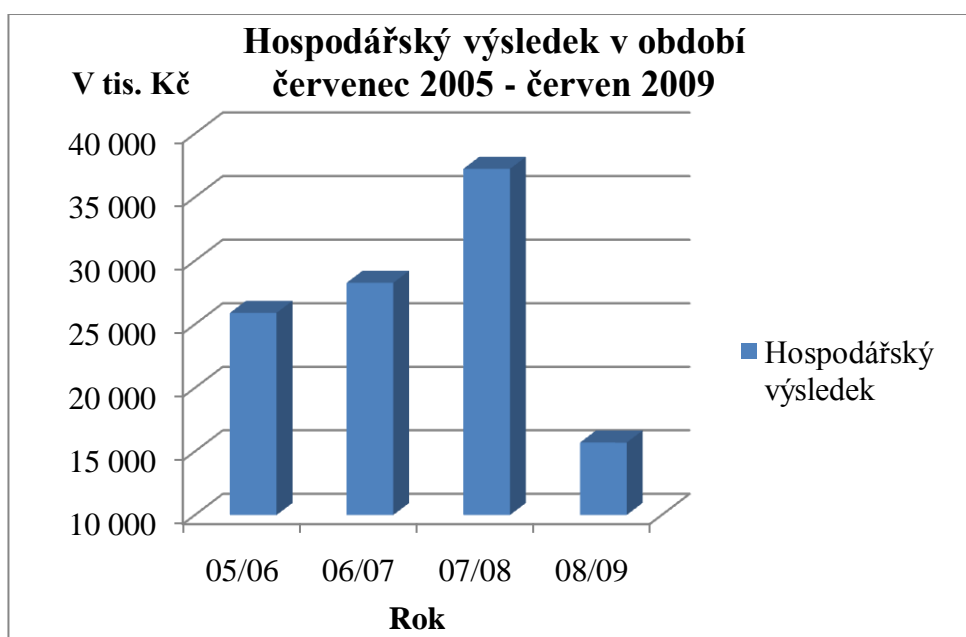
Po dobu 4 týdnů upozorňujeme na zboží, které je nově zařazeno do sortimentu.

Obr. 18–Super šance, Čerstvé z naší výroby, Vyřazeno ze sortimentu, Novinka [16]

5.4 Hospodářský výsledek

Účetní období hypermarketu Globus trvá od července do června. V Příloze 11 jsou zobrazeny náklady, výnosy a hospodářský výsledek za předcházející čtyři období.

Na obr. 19 je lépe viditelný průběh hospodářského výsledku, který v období 2007/2008 zaznamenal vysoký růst. Naopak k výraznému poklesu došlo v následujícím období především kvůli zavádění restaurace a pekárny do provozu. Hypermarket Globus byl tak nucen vynaložit více finančních prostředků do těchto výrobních středisek. Došlo tak ke zvýšení nákladů na výrobu a provoz.



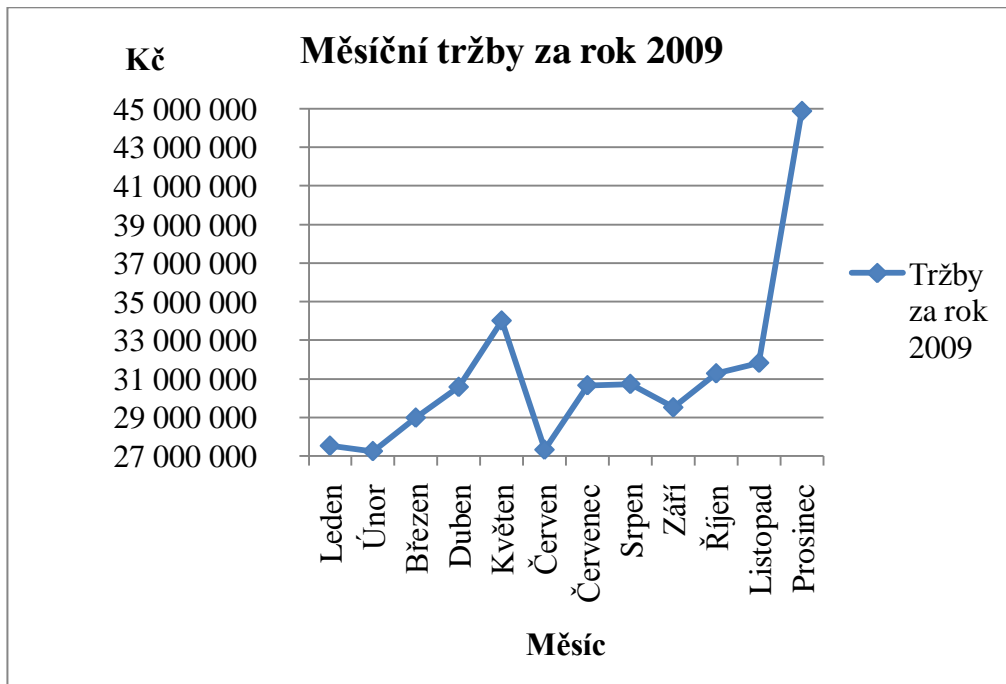
Obr. 19 – Hospodářský výsledek [16]

5.4.1 Tržby hypermarketu Globus Pardubice

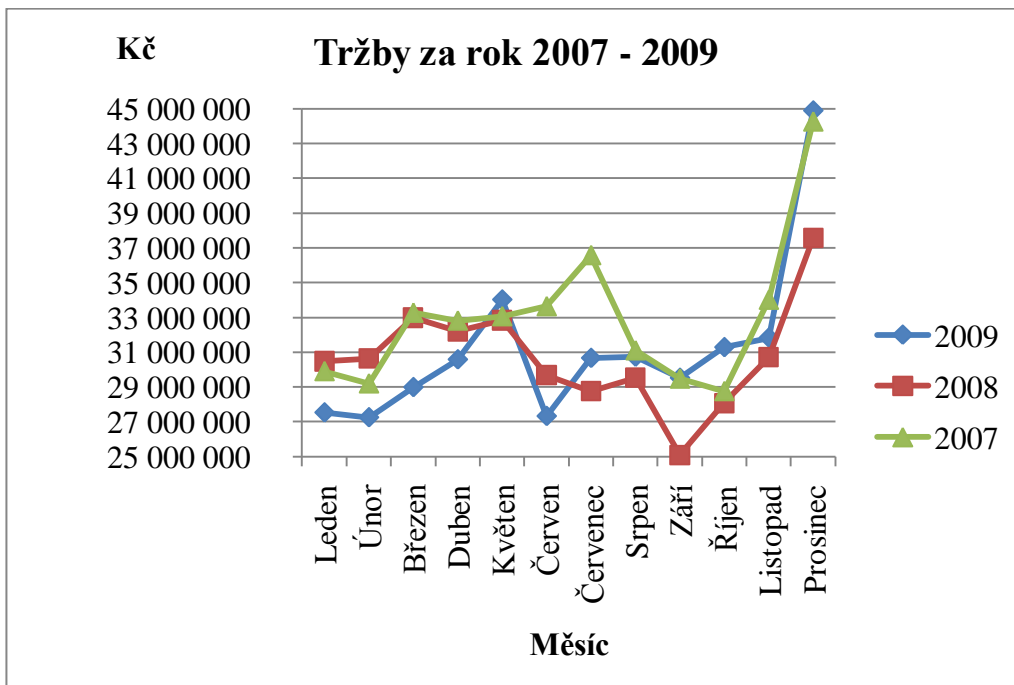
Na obr. 20 a v Příloze 12 jsou zobrazeny tržby za rok 2009 - v období hospodářské krize. Podle ředitele Globusu Pardubice Ivana Šráma, nedošlo ke snížení tržeb v tomto období, spíše naopak. Podíl tržeb za nepotravinářské výrobky se zvýšil. Na konci roku 2009, v období Vánoc, zaznamenal hypermarket dokonce vyšší tržby než v předcházejících letech za toto období (obr. 21).

Krizi a neochotu Čechů utrácet v loňském roce pocítili všichni hráči na trhu. Některým řetězcům tržby klesaly, jiné nerostly tak, jak by si představovali. Jednatel hypermarketu Globus, Petr Vyhnálek, v Hospodářských novinách, uvedl: „Globus se

možná trochu liší od ostatních hráčů, nám tržby neklesaly ani loni, spíše naopak. Je však jisté, že kdyby žádná krize nebyla, rostli bychom daleko více [4].“



Obr. 20 – Měsíční tržby za rok 2009 [16]

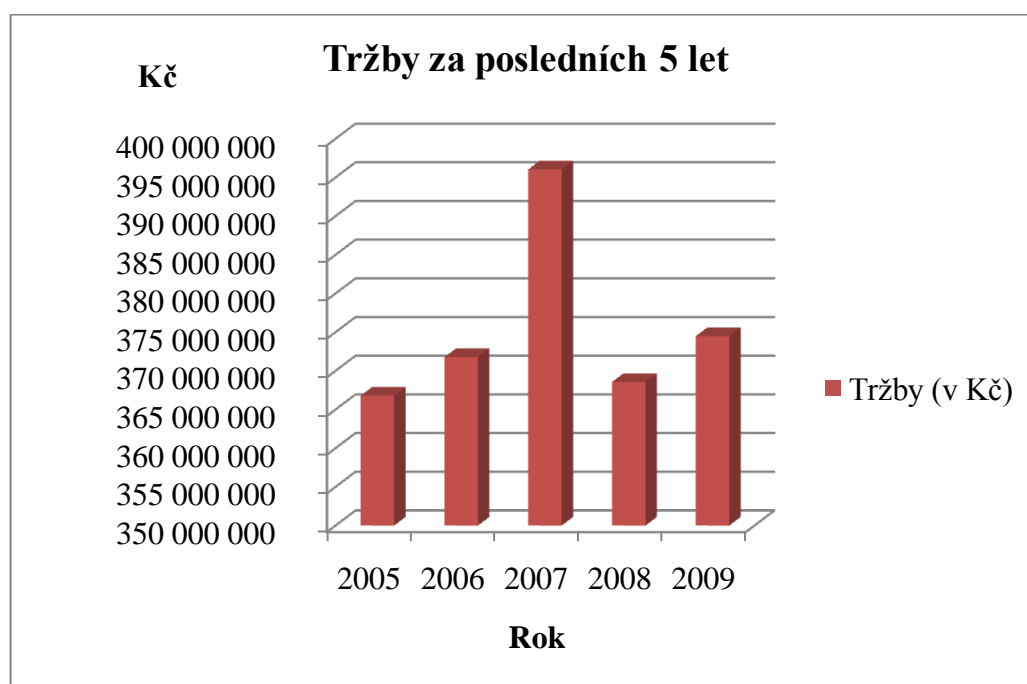


Obr. 21 – Měsíční tržby za rok 2007 – 2009 [16]

Vývoj tržeb za posledních pět let, je pro lepší ilustraci, uveden v tab. 13 a na obr. 22. Zde je patrné, že v loňském roce, i přes problémy trhu, hypermarket Globus navýšil tržby o několik miliónu korun.

Tab. 13 - Celkové tržby za oddělení čerstvých potravin za rok 2005 – 2009 [16]

Rok	Tržby (v Kč)
2005	366 789 776
2006	371 771 401
2007	396 028 101
2008	368 552 912
2009	374 487 134
Celkem	1 877 629 324



Obr. 22 – Tržby za posledních 5 let [16]

6 Rekapitulace a doporučení

Hypermarkety Globus se během své existence v České republice zařadily mezi nejúspěšnější hypermarkety. Zákazníky si získaly kvalitou prodáváného zboží, jeho příznivou cenou a přehledným uspořádáním. V praxi se zde tak promítá moderní řízení, založené na efektivnosti hospodaření.

Cílem této práce bylo provedení popisu a analýzy úseku čerstvých potravin se zaměřením na cestu produktu tímto úsekem, tj. objednání, příjem, skladování a prostorové rozmístění zboží.

Přes veškeré klady tohoto systému řízení, je nutno některé procesy dořešit, případně hledat nová řešení.

Centrální sklad

Globus ČR plánuje sloučit všechny stávající centrální sklady do jednoho místa a vytvořit tak jeden centrální sklad na veškerý sortiment.

Klady:

- systémová on-line kontrola doby minimální trvanlivosti,
- závozy na hypermarkety až šestkrát týdně,
- zásoba na centrální sklad u stěžejních artiklů = jistota dodání,
- uvolnění skladovacích prostor na jednotlivých hypermarketech,
- rozšíření prodejní plochy,
- finanční úspora na skladovaném zboží,
- administrativní úspora na kontrole faktur,

Se zavedením jednoho centrálního skladu pro hypermarkety Globus, je spojeno mnoho výhod. Ovšem najdou se zde i určité nedostatky, které by bylo potřeba odstranit. Jedná se především o:

- lepší zajištění centrálního skladu - schopnost pružněji reagovat na objednávku a vychystat tak zboží následující den, nikoli do dvou dnů, jako je tomu nyní,
- lepší připravenost personálu centrálního skladu – zajištění spolehlivosti dodávek ve správném množství.

Dodávky ovoce a zeleniny

Ovoce a zelenina se na hypermarkety Globus zavážejí pouze jedenkrát denně (ráno). Doporučuji však závozy dvakrát denně. Celý proces by probíhal tak, že vedoucí by den předem objednal zboží na ranní závoz. Ráno se přivezené zboží umístí na prodejnu. V průběhu dopoledne vedoucí zjistí, které zboží ještě potřebuje objednat, pošle objednávku na odpolední závoz. Mezi tím ranní zboží s horší kvalitou může dát do slevy, protože odpoledne bude dodáno čerstvé zboží. K večeru je opět zboží s horší kvalitou dáno do slevy.

Klady:

- v průběhu dne je pro zákazníka zajištěno vždy čerstvé zboží,
- zboží s horší kvalitou jde do slevy.

Zápory:

- vyšší likvidace zboží (10-14%), Globus má nyní jen 4,5%,
- vyšší náklady na dopravu.

Návrhy na opatření na prodejně

V současné době v úseku ovoce a zelenina váží zboží zaměstnanci. Bylo by vhodné umístit váhy na ovoce a zeleninu na pokladny, což by vedlo k lepší organizaci práce. Tento systém je již zaveden v hypermarketu Globus v Ostravě.

Klady:

- zvětšila by se prodejní plocha
- minimalizovaly by se ztráty (zákazník si může do již zváženého zboží přidat další),
- snížil by se tak počet zaměstnanců potřebných na tomto úseku,
- nebo by zaměstnanci místo vážení zboží měli více času dohlížet na kvalitu zboží,

Zápory:

- pokladní neznají veškerý sortiment, tudíž by při vážení mohlo dojít k záměně zboží,
- nutná by byla častější kontrola stavu.

Druhou možností by bylo, aby si zákazníci vážili zboží na prodejně sami, stejně jako například v supermarketu Kaufland.

Klady:

- zvětšila by se prodejní plocha
- snížil by se počet zaměstnanců potřebných na tomto úseku,
- nebo by zaměstnanci místo vážení zboží měli více času dohlížet na kvalitu zboží,

Zápory:

- zákazník nezná veškerý sortiment, tudíž by při vážení mohlo dojít k záměně zboží,
- nutná by byla častější kontrola stavu.

Hypermarket Globus Pardubice používá otevřená mrazicí zařízení, která představují jisté nevýhody. Dochází tak k úniku chladu, a tudíž k velkým výdajům za elektrickou energii. Ušetřené finanční prostředky by bylo možné investovat do jiných oblastí. Vhodné by bylo tedy zavést mrazicí zařízení s uzavíratelným víkem.

Klady:

- zamezilo by se úniku chladu,
- zabránilo znehodnocování zboží (např. zničení obalu zákazníkem),
- úspora finančních prostředků.

Zápory:

- horší manipulace při doplňování zboží.

Zboží je dáno do slevy v den, kdy končí minimální doba trvanlivosti zboží. Zákazník je tak nucen zboží po zakoupení v co nejbližší době spotřebovat. Vhodným marketingovým krokem, který hypermarket Globus plánuje, je zlevnit zboží například o dva dny dříve než je jeho minimální trvanlivost.

Klady:

- zákazník má možnost zakoupit zboží za sníženou cenu dříve než v den, kdy končí minimální doba trvanlivosti,
- zvýší se objem prodeje zlevněného zboží,
- sníží se odpisy zboží.

Zápory:

- dva dny před končící dobou minimální trvanlivosti by se zboží prodávalo za nižší cenu, než za jakou se prodává nyní, tudíž by došlo ke snížení tržeb u daného zboží. Tento nedostatek by však byl kompenzován vyšším objemem prodeje zlevněného zboží a snížením finanční ztráty vlivem menších odpisů zboží.

Co se týče sortimentu, nabízí hypermarket Globus svým zákazníkům kolem 15 000 druhů potravinářského zboží. I přes takto široký sortiment však může zákazník postrádat některé druhy potravin. Jedním druhem zboží, kde hypermarket nemá příliš velký výběr, jsou chlazené ryby, umístěné v prodejním pultu. Toto zboží by bylo vhodné rozšířit.

Klady:

- větší sortiment by měl jistě potenciál získat zákazníky.

Zápory:

- v prodejním pultu by bylo nutné zvětšit prodejní plochu daného zboží na úkor jiných výrobků.

Jak již bylo řečeno na začátku této kapitoly hypermarket Globus je na poměrně dobré úrovni, proto je zde obtížné najít nějaké nedostatky. Výše zmíněné problémy hrají jistě více či méně důležitou roli v hospodaření, a jejich zlepšení či odstranění by mělo pro hypermarket Globus pozitivní vliv na řízení, zlepšení služeb pro zákazníky a udržení vysoké kvality zboží v oddělení čerstvých potravin.

Závěr

Hypermarkety Globus mají strategii cesty zboží prodejnou, počínaje vystavením objednávky a konče prodejem konečnému spotřebiteli, velmi dobře propracovanou. Tato koncepce je zvláště patrna v oddělení čerstvých potravin, vzhledem k rozmanitosti sortimentu a zároveň i k dalším aspektům, jako je například sledování trvanlivosti zboží. Využíváním moderních způsobů řízení, využitím elektronických systémů a principem ústředních skladů, hypermarket Globus věnuje v maximální míře pozornost kvalitě zboží, optimální zaměstnanosti a v neposlední řadě finančnímu efektu hospodaření.

Nezbývá tedy mnoho, co by se na této cestě zboží hypermarketem, dalo zlepšit. Kromě jednoho podstatnějšího problému, týkajícího se celého hypermarketu, ale dle mého názoru s největším dopadem na oddělení čerstvých potravin, se jedná dále pouze o drobná vylepšení. Ta však svým způsobem přispějí k lepšímu řízení a udržení vysoké kvality zboží v oddělení čerstvých potravin.

V první řadě se jedná o zavedení jednoho centrálního skladu, pro veškerý sortiment celého hypermarketu, čehož si je vedení společnosti Globus vědomo a do budoucna se počítá s jeho realizací.

Moje návrhy na zlepšení situace v oddělení čerstvých potravin jsou drobnějšího charakteru, ale i ony ve svém důsledku přispějí k lepšímu chodu prodejny a zlepšení služeb pro zákazníky.

Bude-li hypermarket Globus Pardubice v tomto trendu pokračovat, nepřekáží mu nic v tom, aby se v dohledné době dostal na špičku hypermarketů v České republice.

Domnívám se, že stanovený cíl bakalářské práce byl splněn a navrhovaná řešení mohou být pro hypermarket Globus přínosem.

Vypracování této bakalářské práce mi umožnilo proniknout do řízení hypermarketu Globus. Jakým způsobem se provádí dodání, objednání, skladování zboží a další důležité činnosti, které jsem do této doby znala spíše teoreticky. Zajímavá je problematika centrálních skladů, resp. zavedení pouze jednoho centrálního skladu a s tím spojené výhody nejen pro hypermarket Globus v Pardubicích, ale pro všechny hypermarkety Globus v České republice.

Použitá literatura

- [1] BUCHTA, Miroslav. *Manažerská ekonomika I.díl : Nauka o podniku*. 2. přeprac. vyd. Pardubice : Univerzita Pardubice : [s.n.], 2002. 131 s. ISBN 80-7194-443-2
- [2] BURSTINER, Irving. *Základy maloobcho podnikání*. Praha : Victoria Publishing, a.s., 1994. 880 s. ISBN 80-85605-55-4
- [3] JINDRA, Jiří; PRAŽSKÁ, Lenka. *Obchodní podnikání : Retail management*. 2. přeprac. vyd. Praha : Management Press, NT Publishing, s.r.o., 2002. 874 s. ISBN 80-7261-059-7
- [4] LUŇÁKOVÁ, Zuzana. Petr Vyhnalek: Nevidim ani náznak zlepšení situace. *Hospodářské noviny*. 31.3. 2010, 63, s. 17
- [5] *Hypermarkety a Baumarkty Globus : 10 let Globus*. 1. Praha : [s.n.], 1996 - 2006. 17 s.
- [6] *Moderní obchod : Časopis pro úspěch v prodeji*. Eva Klánová; Marcela Chadimová, Simona Šllingerová. Praha : České a Slovenské odborné nakladatelství, s.r.o., 2008. 70 s
- [7] *Obchodní skupina Globus : Globus-Handelshof-Gruppe*. St. Wendel : [s.n.], 1995. s. 22.
- [8] HACCP. *Kritické body : Prodej potravin*. Experta Partner, s.r.o., Brno : Josef Vojtěch, 1998. 203 s.
- [9] Zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách v platném znění
- [10] *Globus* [online]. 2001-2009 [cit. 2010-04-11]. Služby hypermarketu Globus. Dostupné z WWW: <<http://www.globus.cz/globus-pardubice/cepaci-stanice.html>>
- [11] *Globus* [online]. 2001-2009 [cit. 2010-04-11]. Informace o hypermarketu. Dostupné z WWW: <<http://www.globus.cz/globus-pardubice/informace-o-hypermarketu.html>>
- [12] *Globus* [online]. 2001-2009 [cit. 2010-04-11]. Záruky pro zákazníky. Dostupné z WWW: <<http://www.globus.cz/globus-pardubice/zaruky-pro-zakazniky.html>>
- [13] *Globus* [online]. 2001-2009 [cit. 2010-04-11]. Systém EDI. Dostupné z WWW: <http://www.globus.cz/cs/download/wawi/wawi_n02_007_edi_komunikace_vse_obecne_informace.pdf>

- [14] *Mapy* [online]. 1996-2010 [cit. 2010-04-11]. Základní mapa. Dostupné z WWW:
<<http://mapy.cz>>
- [15] Čárový kód [online]. 2008 [cit. 2010-04-11]. Dostupné z WWW:
<<http://www.tennysongraphics.com.au/bar1b1e.htm>>
- [16] Podniková literatura

Přílohy

Příloha 1 – Objednávka

Příloha 2 – Seznam několika dodavatelů

Příloha 3 – Dodací list

Příloha 4 – Kontrolní listina

Příloha 5 – Doklad o vrácení zboží

Příloha 6 - Skladovací teplota u jednotlivých druhů výrobku

Příloha 7 – Protokol o likvidaci zboží

Příloha 8 – Etiketa

Příloha 9 – Hodnota odpisu za jeden den

Příloha 10 - Měsíční slevy a odpisy za rok 2009

Příloha 11 – Přehled nákladů a výnosů hypermarketu Globus

Příloha 12 - Celkové měsíční tržby za rok 2009

Příloha 1 - Objednávka

Dispo č.:	526517004	Potravinový	AL ČERSTVÉ	dodavatel	37293	LACTALIS CZ. S.	přísůti dispo	dre 03.09.09	strana	4					
FAM číslo	označení zboží	č. art. dod.	LTyp	VPI	VK-cena	odprod. v	periódách T/M	stav	zůst. k	dod. POZ	data objedn.	návrh objedn.	dat. pos. PZ		
FAM zkl. art.		č. var. art.	DO	ZB	sk. zb.	akt. před	před/před	Do. obr.			možství /	kondice	dat. pos. pr.		
8595021	655701	KU SMETANOVÝ POHÁR	53914	M	10	10.50	23	59	66	T	74	104	/	4	31.08.09
8595021	602996	JABLKO	00489026.01.1	KT	KS	635					1.20			✓	01.09.09
8595121	851485	KU SMETANOVÝ POHÁR	53912	M	10	10.50	24	61	66	T	89	105	/	4	31.08.09
8594001	270316	JAHODA	00071744.02.5	KT	KS	635					1.43			✓	01.09.09
8595121	851492	KU SMETANOVÝ POHÁR	53913	M	10	10.50	42	210	196	T	134	50	106	14	31.08.09
8594001	270323	ČOKO	00071748.02.3	KT	KS	635					0.67			✓	01.09.09
8594002	784416	KU SMETANOVÝ JOGIURT	53916	M	20	9.50	9	21	31	T	26	107	/	1	28.08.09
8594002	784409	JAHUČKA 9%	00081442.01.0	KT	KS	635					1.06			✓	31.08.09
8594002	782764	KU SMETANOVÝ JOGIURT	53917	M	20	9.50	9	40	40	T	40	108	/	1	31.08.09
85	912298	MALINKA 9%	00361762.01.2	KT	KS	635					1.07			✓	01.09.09
8594002	782894	KU SMETANOVÝ JOGIURT	53918	M	20	9.50	4	36	30	T	33	109	/	1	28.08.09
8594002	782887	MERUŇKA 9%	00361758.01.5	KT	KS	635					0.86			✓	31.08.09
8594002	785086	KU RUMBA KAKAOVÝ S	54152	M	10	9.90	10	53	50	T	21	20	111	3	28.08.09
85	912519	MERUŇKOVOU	00081343.02.7	KT	KS	635					0.39			✓	01.09.09
		PRÍCHUTI													
8594002	785093	KU RUMBA VANILKOVÝ	54151	M	10	9.90	9	39	56	T	49	113	/	1	31.08.09
85	912502	S MALINOVOU	00081358.02.1	KT	KS	635					1.15			✓	01.09.09
		PRÍCHUTI													
18594031	176258	GI SMETANA KE	54199	M	20	9.90	222	762	1145	T	1031	119	/	16	31.08.09
8594031	176251	ŠLEHÁNÍ 31%	00642260.01.5	KT	KS	635					1.05			✓	01.09.09

Příloha 2 – Seznam několika dodavatelů

Dodavatel	Sídlo	Dodávané výrobky	Závoz týdně	Dodavatel	Sídlo	Dodávané výrobky	Závoz týdně
ACCOM	Praha	Mléčné výrobky	3x	MADETA	České Budějovice	Mléčné výrobky	5x
Vodňanská drůbež	Vodňany	Chlazená drůbež, salámy	3x	MASNÝ PRŮMYSL KRÁSNO	Valašské Meziříčí	Uzeniny	3x
A. W. Spol.	Loštice	Olomoucké tvarůžky	2x	MLÉKÁRNA HLINSKO	Hlinsko	Mléčné výrobky	2x
ALIMPEX FOOD	Praha	Mléčné výrobky	5x	MLÉK.VAL AŠ. MEZIŘÍČÍ	Valašské Meziříčí	Mléčné výrobky	3x
BEGOKON	České Budějovice	Vejte	3x	NET MILK	Brno	Mléčné výrobky	2x
BEL SÝRY	Želetava	Mléčné výrobky	3x	NOWACO	Praha	Chlazené ryby	2x
BOKADA	Praha	Sýry	3x	OLMA	Olomouc	Mléčné výrobky	5x
DANONE	Benešov	Mléčné výrobky	5x	POLABSKÉ MLÉKÁRNA Y	Poděbrady	Mléčné výrobky	3x
DRŮB. ZÁVOD KLATOVY	Klatovy	Chlazená drůbež	3x	PONNATH	Sušice	Uzeniny	3x
ITALAT	Praha	Mléčné výrobky	2x	POVLTAVSKÉ MLÉK.	Sedlčany	Mléčné výrobky	2x
JAROMĚŘICKÁ MLÉK.	Jaroměřice	Mléčné výrobky	3x	PROCHÁZKA	Roudnice n. L.	Uzeniny	2x
KADAVÝ	Vlčí Habřina	Knedlíky	6x	RAVY	Liberec	Uzeniny	1x
KALMA	Svadnov	Mléčné výrobky	2x	RYBEX	Třinec	Rybí výrobky	3x
KLATOVSKÉ RYBÁŘSTVÍ	Klatovy	Chlazené a uzené ryby	3x	STEINHAUSER	Brno	Uzeniny	3x
KOSTELECKÉ UZENINY	Kostelec	Chlazená drůbež a uzeniny	6x	VICIUNAI	Praha	Rybí výrobky	3x
LAKTOS	Praha	Mléčné výrobky	3x	VIZARD	Kamenice	Pečivo	1x
LAHŮDKY PALMA	Praha	Saláty	5x	YOPLAIT	Slušovice	Mléčné výrobky	2x
LOSICA	Praha	Saláty	3x	ZEDNÍČEK	Kunovice	Uzeniny	3x

Příloha 3 – Dodací list

Dodací list: 20 Dodatel: GLOBUS FOOD a. s. Příjemce: Globus Pardubice 100198
 Na den: 20.08.09 Českobrodská 1174 Poděbradská 293
 Místo: 1943 Praha 9 - Kyje CS Kyje Pardubice
 Doklad: 20 Kuchyně - expedice Č. objednávky: 526513009

Množství	KJ	Číslo	Název výrobku	Cena ZDPH	Cena+DPH	Cena bez DPH	DPH	Čelken	
24.000 ks	2	13472	Laktina polotučná 400g/R	47,06	9%	51,30	1 129,44	101,65	1 231,09

Celkové množství: 24.000 Součty za dodací list: 1 129,44 101,65 1 231,09
 Čelken výrobků: 1 Celková částka za DL (zakroužkováno): 1 231,09

Počet vyrobených přepravků: Doprava:
 EMB/ Podpis:

Počet dodaných palet: / Řidič: Jméno:

Počet vyrobených palet: / Podpis:

Čas příjezdu: Čas odjezdu: 17:29 1 231,09 ZBOŽÍ PŘEVZAL:

Firma GLOBUS FOOD, a. s. je zapsána v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl B, vložka 1792. CZ 11144 ES
 Účastník: Hradk Časové otlač:

Příloha 4 – Kontrolní listina

P Z - K O N T R O L N Í L I S T I N A

PGM: W1BG51/01
Čas: 08:23

Strana : 1
Datum : 28.08.09

ALIMPEX FOOD A.S. Číslo účtu objednávky Číslo objednávky GLOBUS ČR K.S. PARDUBICE Adresa dodání: GLOBUS ČR K.S. PARDUBICE
 ČESKOBRODSKÁ 1174 526604057 526513889 PODEBRADSKÁ 293 PODEBRADSKÁ 293
 190 00 PRAHA 9-KVČE DL-č.: 280820091 530 09 PARDUBICE 530 09 PARDUBICE
 Tel: 234106105 Tel: 466888111
 Fax: 234106107 Fax: 466888162

Číslo dodavatele 37516 Způsob platby Bankovním převodem Dodací termín 28.08.09 Datum objednání 27.08.09 PZ zaúčtován: Datum Jméno

EAN-Číslo AV	Označení zboží	VPI	DO	Číslo artiklu	Objed.množ.	Část	Objed.množ.	Aviz.množ.	Dodané množ.	EK-cena	MDT	MGR	Poz POZNAMKA
EAN-Číslo ZV		Kusovník	ZB	dodavatele	ZV	(zloemek)	00	00		VK-cena			
8595005801124	AL LAKTINO POUŠŤOČNÉ	12	KT	13372	24		2	2					
8595005801049	SUŠ. ML.EK. 12X400G		KR								24.02.10	620	42

Součet objednaných jednotek : 24
 Počet položek objednávky : 1

Potvrzení pravdivosti všech údajů:

Globus Razítko Podpis
 Dodavatel/Dopravce Jméno Podpis Číslo SPZ

GLOBUS PARDUBICE
 příjem zboží FOOD
 28-08-2009
 včetně EUR - palet jen výměnným
 způsobem při dodávce

Příloha 5 – Doklad o vrácení zboží

Loys

GLOBUS ČR K.S. PARDUBICE
 PODĚBRADSKÁ 293
 CZ 530 09 PARDUBICE
 Telefon: 466888111
 Číslo dodavatele 65104004

DISPOS

Dodací list k výdeji zboží	8594031170044
Datum dokladu	List 001
Při platbách/dotazech prosím zadejte číslo dodacího listu	
Výdej zboží	Dodací list
č.: 199260	č.: 250368
дне: 19.08.09	дне: 19.08.09
	Postup:
	Vratky

Adresa na faktuře	Adresa dodání
ALIMPEX FOOD A.S. ČESKOBRODSKÁ 1174 CZ 190 00 PRAHA 9-KYJE Č.: 37516 ILN: 8595121810000	ALIMPEX FOOD A.S. ČESKOBRODSKÁ 1174 CZ 190 00 PRAHA 9-KYJE Č.: 37516 ILN: 8595121810000 Fax-č.: 234106107

Číslo artiklu	Označení artiklu	EAN VA/ZV	VPI/S.Z.	P.	Počet VA	Zbytek	Počet ZV		Auftr.Wert
00624241.01.8	EH GRAND DEZERT MLEČNÝ PUDINK 8X200G	4002971 248326 4002971 234503	8,00	KT	2,00	0,00	16,00		

Potvrzení převzetí zboží
 Řidič: *Jan*
 SPZ: *JE22483*
 Datum:

GLOBUS ČR PARDUBICE
 Píjomi zboží FOCC
 20.08.2009
 vícestupňová kontrola při dodávce

Platební podmínky: 1 DEN
 Sjednaný způsob platby: Manuální platba/inkaso

Vaše bankovní spojení: 9944040004944017
 Naše bankovní spojení: 5314131006
 Účet-č.: 9944040004944017
 Směr-č.banky: 0800
 2700
 Banka: ČESKÁ SPOŘITELNA
 UNICREDIT BANK CZECH REPUBLIC

Příloha 6 - Skladovací teplota u jednotlivých druhů výrobku

Výrobky	Druh skladu	Skladovací teplota
Zmrazené potraviny (balené)	Mrazírna	-18 °C nebo nižší, povolené zvýšení o 3 °C
Chlazené potraviny (balené)	Chladírna	0 °C až +4 °C nebo dle informace na etiketě
Ovoce a zelenina	Chlazený prostor	0 °C až +10 °C
Pěstované houby	Chlazený prostor	0 °C až +6 °C
Čerstvé ryby	Chladírna	Sladkovodní ryby -1 °C až +5 °C Mořské ryby v tajícím ledu -1 °C až +2 °C

Příloha 7 – Protokol o likvidaci zboží

Kód	Postup	
1	Viditelné ztráty (krádeže) potvrzené policií	14
2	Všeobecná likvidace zboží	03
3	Technické závady	03
4	Škody vzniklé v důsledku výpadku energie, potvrzeného příslušným dodav. závodem	03

PKS
SOMA



Hypermarket Pardubice

Kód	Postup
2	03

Protokol o likvidaci zboží

(Identifikace dat: 4768; strana 2 z 2)

List: 49/08

Datum vystavení protokolu: 30.9.09

Nákladové středisko: 12

Označení zboží	Dodavatel	EAN/PLU/Varianta	Prod. cena	Množství ks/kg	Cena celkem
SN JARNÍ GRILOVACÍ KLOBÁSA 32 8592431003610	34984	00631029.00.5	49,90 Kč	1 ✓	49,90 Kč
SN PIZZA MASOVÁ SEKANÁ 500 8592431000565	34984	00571039.00.3	39,90 Kč	1 ✓	39,90 Kč
SN ŠUNKÁ?EK 430 G 8594031621386	34984	00248206.00.4	62,50 Kč	1 ✓	62,50 Kč
SN UZENÁ ROLOVANÁ PLEC 500 8594031623502	34984	00440610.00.5	56,90 Kč	1 ✓	56,90 Kč
ST ANGLICKÁ SLANINA 1KG 288166	35882	00542365.00.1	115,00 Kč	0,380 ✓	43,70 Kč
ST CIKÁNSKÝ ŠÁL VB 1KG 294433	35882	00559433.00.7	109,00 Kč	0,570 ✓	62,13 Kč
ST PIKANTNÍ DEBREC. SLANINA DELIK 293833	35882	00248300.00.9	149,00 Kč	0,400 ✓	59,60 Kč
ST SLOVENSKÝ TO?ENÝ V.B. 500 8594024790808	35882	00410555.00.8	29,90 Kč	4 ✓	119,60 Kč
ST ŠUNKOVÉ PÁRE?KY GRILOVACÍ 8594024791577	35882	00527440.00.6	46,90 Kč	4 ✓	187,60 Kč
ST UZENÁ ROLOVANÁ PLEC VB 1 290370	35882	00356475.00.2	116,00 Kč	0,790 ✓	91,64 Kč
ST UZENÁ SLANINA 1 KG 290011	35882	00248297.00.2	118,90 Kč	0,370 ✓	43,99 Kč
ST UZENÝ BOK ?ESNEKOVÝ 200 8594024791652	35882	00497728.00.5	28,90 Kč	1 ✓	28,90 Kč
SU ANGLICKÁ SLANINA KRÁJENÁ 8594036020566	33763	00554443.00.1	17,50 Kč	1 ✓	17,50 Kč
SU TLA?ENKA SV?TLÁ 2 PLÁTKY 30 8594036020160	33763	00248152.00.4	39,90 Kč	1 ✓	39,90 Kč
VL KR?TÍ PRSA "P?ÍRODNÍ" 100G 4003171002992	80848	00604211.00.0	32,90 Kč	1 ✓	32,90 Kč
ZD ANGLICKÁ SLANINA LISOVANÁ 8594035530523	36281	00311344.00.8	38,50 Kč	1 ✓	38,50 Kč
ZD KU?ECÍ ŠUNKA PRS.STANDARD.PAŠ 8594035530592	36281	00306180.00.0	16,50 Kč	2 ✓	33,00 Kč
ZD SCHWARZWALSKÁ ŠUNKA 4002039703101	36281	00416508.00.8	44,90 Kč	2 ✓	89,80 Kč
ZD UZENÁ KRKOVICE BK 1KG 294349	36281	00401738.00.7	112,00 Kč	0,620 ✓	69,44 Kč
ZD UZENÁ SLANINA 1KG 294334	36281	00388319.00.8	86,50 Kč	1,050 ✓	90,83 Kč
ZD UZENÝ VEP?.JAZYK BEZ PODJAZY? 292186	36281	00254542.00.4	106,00 Kč	0,750 ✓	79,50 Kč
ZI DELIKÁTNÍ JEMNÁ KR?TÍ ŠUNKA 4063500188803	39535	00600513.00.9	42,90 Kč	1 ✓	42,90 Kč
ZI DELIKÁTNÍ VA?ENÁ ŠUNKA 20 4063500181262	39535	00526267.00.0	44,90 Kč	1 ✓	44,90 Kč
ZI KU?ECÍ NUGETKY 200G 4063500202479	39535	00590077.00.0	32,90 Kč	1 ✓	32,90 Kč
ZI SEDLÁCKÁ PAŠTIKA 220G 4063500182283	39535	00637490.00.7	31,90 Kč	1 ✓	31,90 Kč
CELKEM					1490,33 Kč

Podpis pracovníka vystavujícího protokol: *[Signature]*

Datum likvidace: _____

Podpis vedoucího oddělení/jeho zástupce: _____

Zaúčtování a kontrolu provedl: _____

[Signature]

Příloha 8



Obr. 10 – Etiketa

Příloha 9 – Hodnota odpisu za 1 den

Druh zboží	Odprodej (v ks)	Nákupní cena (v Kč)	Prodejní cena (v Kč)	Snížená cena	Hodnota odpisu
KRŮTÍ PEČENĚ 100G	6	25,32	32,90	16,00	101,40
JOGOBELLA 150G	77	6,85	8,90	3,00	454,30
TVAROH JEMNÝ 230G	6	12,02	21,90	14,90	42,00
CIBULE LAHŮDKOVÁ 1KS	82	5,50	11,90	2,00	811,80
BANÁNY BABY 300G	2	19,00	27,90	6,00	43,80

Příloha 10 - Měsíční slevy a odpisy za rok 2009

Měsíc	Slevy	Odpis
Leden	182 545 Kč	91 073 Kč
Únor	52 548 Kč	73 845 Kč
Březen	46 840 Kč	91 520 Kč
Duben	65 864 Kč	101 994 Kč
Květen	102 417 Kč	96 633 Kč
Červen	185 224 Kč	102 858 Kč
Červenec	135 416 Kč	176 933 Kč
Srpen	58 426 Kč	139 232 Kč
Září	61 437 Kč	68 287 Kč
Říjen	48 510 Kč	106 730 Kč
Listopad	114 595 Kč	61 469 Kč
Prosinec	95 123 Kč	128 124 Kč
Celkem	1 148 945 Kč	1 238 699 Kč

Příloha 11 - Tab. 6 – přehled nákladů a výnosů (v tis. Kč)

Nákladové a výnosové položky	05/06	06/07	07/08	08/09
Podnikové výnosy	362 010	395 382	443 123	456 054
Personální náklady a práce ve mzdě	121 612	129 571	142 039	156 935
Náklady na propagaci	28 710	40 261	44 685	41 342
Náklady na energie	11 445	12 365	16 123	23 518
Provozní náklady	20 788	20 875	21 789	19 700
Údržba a opravy objektu	625	119	497	5 125
Náklady na správu	4 981	4 786	4 668	4 475
Náklady na poradenství	577	650	625	708
Náklady na cestovné	810	805	986	966
Pojistné	1 575	1 501	1 463	1 591
Náklady na odbyt	8 362	8 085	9 312	10 842
Ostatní náklady	45 701	51 346	54 618	50 579
Nákladový blok 1	123 574	140 793	154 766	158 843
Odpisy	12 986	15 020	22 044	25 679
DHIM, DNIM	1 351	5 209	1 551	2 957
Nájmy	720	764	621	486
Nájmy budovy	68 766	68 061	75 472	86 126
Úroky	0	0	0	0
Náklady spojené s penězi	7 038	7 609	9 326	9 310
Daně bez daně z příjmů, odložené daně	63	89	70	20
Nákladový blok 2	90 924	96 753	109 085	124 578
Náklady podniku	336 110	367 117	405 891	440 357
Hospodářský výsledek za účetní období	25 900	28 265	37 232	15 697

Příloha 12 - Celkové měsíční tržby za rok 2009

Měsíc	2009
Leden	27 521 485
Únor	27 242 055
Březen	28 976 435
Duben	30 569 751
Květen	34 009 282
Červen	27 314 997
Červenec	30 654 706
Srpen	30 722 389
Září	29 509 779
Říjen	31 272 898
Listopad	31 819 668
Prosinec	44 873 689
Celkem	374 487 134