

# OBSAH

|                                                                     |           |
|---------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1. VYMEZENÍ OBCHODNÍ ČINNOSTI</b>                                | <b>5</b>  |
| 1.1 TRŽNÉ OBCHODNÍ PROSTŘEDÍ                                        | 5         |
| 1.2 VZNIK A VÝVOJ OBCHODNÍ ČINNOSTI                                 | 8         |
| 1.2.1 Realizace vztahu nabídky a poptávky                           | 11        |
| 1.2.2 Tržní mechanismus                                             | 13        |
| 1.3 POTŘEBY                                                         | 18        |
| <b>2. SYSTÉM VNITŘNÍHO OBCHODU</b>                                  | <b>25</b> |
| 2.1 SYSTÉM A SUBSYSTÉMY VNITŘNÍHO OBCHODU                           | 25        |
| 2.1.1 Funkce obchodu                                                | 26        |
| 2.2 ČLENĚNÍ SYSTÉMU VNITŘNÍHO OBCHODU                               | 27        |
| 2.2.1 Velkoobchod                                                   | 27        |
| 2.2.1.1 Předmět činnosti velkoobchodu                               | 27        |
| 2.2.1.2 Členění subsystému velkoobchodu                             | 28        |
| 2.2.2 Maloobchod                                                    | 28        |
| 2.2.2.1 Předmět činnosti maloobchodu                                | 28        |
| 2.2.2.2 Členění subsystému maloobchodu                              | 29        |
| 2.2.3 Pohostinství (služby stravovací a ubytování)                  | 29        |
| 2.2.3.1 Předmět činnosti pohostinství                               | 29        |
| 2.2.3.2 Členění subsystému pohostinství                             | 30        |
| 2.2.4 Cestovní ruch                                                 | 30        |
| 2.2.4.1 Předmět činnosti cestovního ruchu                           | 30        |
| 2.2.4.2 Členění subsystému cestovního ruchu                         | 31        |
| 2.3 TRANSFORMACE VNITŘNÍHO OBCHODU V ČESKÉ REPUBLICE OD ROKU 1990   | 32        |
| 2.4 INTERNACIONALIZACE OBCHODU                                      | 34        |
| 2.4.1 Mezinárodní rozvojové strategie retailingu                    | 35        |
| <b>3. PODNIKÁNÍ A PODNIKATELSKÉ SUBJEKTY V OBCHODĚ</b>              | <b>37</b> |
| 3.1 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ                                       | 37        |
| 3.2 FORMY OBCHODNÍCH FIREM                                          | 40        |
| 3.3 PRÁVNÍ FORMY OBCHODNÍCH SPOLEČNOSTÍ, DRUŽSTVA                   | 41        |
| 3.3.1 Veřejná obchodní společnost (v.o.s.)                          | 42        |
| 3.3.2 Komanditní společnost (k.s.)                                  | 44        |
| 3.3.3 Společnost s ručením omezeným (s.r.o.)                        | 45        |
| 3.3.4 Akciová společnost (a.s.)                                     | 48        |
| 3.3.5 Družstvo                                                      | 51        |
| 3.4 STÁTNÍ PODNIK                                                   | 54        |
| 3.5 ŽIVNOSTENSKÉ PODNIKÁNÍ                                          | 57        |
| 3.6 FORMY KONCENTRACE                                               | 61        |
| <b>4. OBCHODNÍ OPERACE</b>                                          | <b>68</b> |
| 4.1 CHARAKTERISTIKA POJMU OBCHODNÍ OPERACE                          | 68        |
| 4.2 HLAVNÍ TYPY OPERACÍ                                             | 69        |
| 4.2.1 Operace v oblasti výzkumu a vývoje                            | 70        |
| 4.2.2 Operace v oblasti výroby                                      | 70        |
| 4.2.3 Operace v oblasti směny                                       | 71        |
| 4.2.3.1 Operace countertrade                                        | 71        |
| 4.2.3.2 Ostatní operace v oblasti směny                             | 73        |
| 4.2.4 Operace v oblasti průvodních služeb                           | 73        |
| 4.2.5 Operace v oblasti samostatných služeb                         | 74        |
| 4.2.5.1 Franchising                                                 | 75        |
| 4.2.5.2 Leasing                                                     | 79        |
| 4.2.5.3 Outsourcing jako obchodní operace                           | 84        |
| 4.3 OBCHODNÍ ZÁVAZKOVÉ VZTAHY                                       | 87        |
| <b>5. SORTIMENT ZBOŽÍ A SLUŽEB</b>                                  | <b>93</b> |
| 5.1 KLASIFIKACE SORTIMENTU ZBOŽÍ A SLUŽEB                           | 93        |
| 5.1.1 Systém klasifikací ekonomických činností a produkce (CZ-NACE) | 95        |
| 5.1.2 Klasifikace produkce (CZ - CPA)                               | 98        |



|                                                                                       |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 5.1.3 Klasifikace individuální spotřeby domácností podle účelu (CZ-COICOP) .....      | 100 |
| 5.1.4 Celní sazebník (CS) .....                                                       | 101 |
| 5.2 KLASIFIKACE SPOTŘEBNÍHO ZBOŽÍ UPLATŇOVANÁ VE VNITŘNÍM OBCHODĚ .....               | 102 |
| 5.2.1 Sortiment zboží .....                                                           | 102 |
| 5.2.1.1 Specializace v obchodě .....                                                  | 102 |
| 5.2.1.2 Pracnost sortimentu .....                                                     | 103 |
| 5.2.2 Klasifikace sortimentu spotřebního zboží podle četnosti nákupu .....            | 104 |
| 5.2.3 Klasifikace sortimentu spotřebního zboží podle sortimentní šíře a hloubky ..... | 105 |
| 5.2.4 Klasifikace sortimentu spotřebního zboží v anglofonních zemích .....            | 106 |
| 5.2.5 Klasifikace služeb .....                                                        | 106 |
| 5.2.6 Zemědělské a potravinářské produkty .....                                       | 108 |
| 6. INFRASTRUKTURA VNITŘNÍHO OBCHODU .....                                             | 111 |
| 6.1 OSÍDLNÍ A JEHO STRUKTURA .....                                                    | 111 |
| 6.1.1 Kategorizace sídel .....                                                        | 112 |
| 6.2 TECHNICKÁ A TECHNOLOGICKÁ INFRASTRUKTURA VNITŘNÍHO OBCHODU .....                  | 113 |
| 6.3 VELKOOBCHOD .....                                                                 | 114 |
| 6.3.1 Prostorová charakteristika velkoobchodní sítě .....                             | 114 |
| 6.3.2 Principy velkoobchodní technologie .....                                        | 116 |
| 6.4 MALOOBCHOD .....                                                                  | 118 |
| 6.4.1 Koncepční a metodické zásady výstavby a modernizace maloobchodní sítě .....     | 119 |
| 6.4.2 Principy maloobchodní technologie .....                                         | 122 |
| 6.4.2.1 Obchodní zařízení a mechanizační prostředky .....                             | 123 |
| 6.4.2.2 Technologická návaznost maloobchodních provozních operací .....               | 123 |
| 6.4.3 Formy prodeje .....                                                             | 125 |
| 6.4.4 Typy provozních jednotek maloobchodu .....                                      | 126 |
| 6.4.5 Lokalizace a umístění maloobchodních jednotek .....                             | 129 |
| 6.4.6 Internetový obchod .....                                                        | 132 |
| 6.4.6.1 Kategorizace elektronického obchodu .....                                     | 134 |
| 6.4.6.2 Výhody a nevýhody obchodování na internetu .....                              | 136 |
| 6.4.7 Techniky prodeje .....                                                          | 138 |
| 6.5 POHOSTINSTVÍ .....                                                                | 142 |
| 6.5.1 Principy technologie společného stravování .....                                | 142 |
| 6.5.2 Výrobní proces ve společném stravování .....                                    | 142 |
| 6.5.3 Realizační (odbytový, prodejní) proces ve společném stravování .....            | 144 |
| 6.5.4 Ubytovací služby .....                                                          | 144 |
| 6.6 CESTOVNÍ RUCH .....                                                               | 147 |
| 6.6.1 Charakteristika cestovního ruchu .....                                          | 147 |
| 6.6.2 Cestovní kancelář .....                                                         | 147 |
| 6.6.3 Produkt cestovní kanceláře .....                                                | 148 |
| 6.6.3.1 Výjezdový cestovní ruch .....                                                 | 149 |
| 6.6.3.2 Domácí cestovní ruch .....                                                    | 150 |
| 6.6.3.3 Příjezdový cestovní ruch .....                                                | 151 |
| 6.6.2 Klasifikace cestovních kanceláří .....                                          | 151 |
| 7. DISTRIBUCE, LOGISTIKA A CONTROLLING V LOGISTICE .....                              | 155 |
| 7.1 DISTRIBUČNÍ KANÁLY .....                                                          | 155 |
| 7.1.2 Distribuční politika .....                                                      | 158 |
| 7.2 LOGISTICKÁ DISTRIBUCE .....                                                       | 158 |
| 7.2 METODY V OBCHODNÍ LOGISTICE .....                                                 | 175 |
| 7.3 CONTROLLING V LOGISTICE .....                                                     | 181 |
| 7.3.1 Systém ukazatelů controllingu logistiky .....                                   | 185 |
| 7.3.1.1 Individuální systém ukazatelů .....                                           | 186 |
| 8. CENA V OBCHODNÍ ČINNOSTI .....                                                     | 189 |
| 8.1 STRATEGIE CENOVÉ TVORBY .....                                                     | 189 |
| 8.2 ZÁKLADNÍ METODY STANOVENÍ CENY ZBOŽÍ VE FIRMĚ .....                               | 190 |
| 8.3 POSTUP STANOVENÍ KONKRÉTNÍ CENY KONKRÉTNÍHO VÝROBKU .....                         | 192 |
| 8.4 SPECIFICKÉ METODY TVORBY CEN .....                                                | 194 |



|                                                                                                  |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 8.5 CENOVÉ SRÁŽKY A SLEVY .....                                                                  | 197        |
| 8.6 CENOVÝ VÝZKUM.....                                                                           | 199        |
| 8.6.1 Prožívání cen.....                                                                         | 200        |
| 8.7 CENOVÁ STATISTIKA.....                                                                       | 201        |
| 8.7.1 Rodinné účty.....                                                                          | 201        |
| 8.7.1.1 Zpravodajské domácnosti.....                                                             | 202        |
| 8.7.2 Index spotřebitelských cen (ISC) .....                                                     | 205        |
| 8.7.2.1 Spotřební koš.....                                                                       | 206        |
| 8.7.2.2 Cenová statistika a inflace .....                                                        | 209        |
| 8.8 OBCHODNÍ MARŽE (OBCHODNÍ PŘÍRÁŽKA) .....                                                     | 212        |
| <b>9. MARKETINGOVÉ POJETÍ OBCHODNÍ ČINNOSTI.....</b>                                             | <b>215</b> |
| 9.1 VYMEZENÍ POJMU MARKETING A MARKETINGOVÝ SYSTÉM .....                                         | 215        |
| 9.2 MARKETINGOVÉ POJETÍ OBCHODNÍ ČINNOSTI .....                                                  | 217        |
| 9.2.1 Marketingový přístup.....                                                                  | 218        |
| 9.2.2 Marketingová koncepce.....                                                                 | 219        |
| 9.2.3 Marketingový výzkum .....                                                                  | 220        |
| 9.3 MARKETINGOVÝ MIX.....                                                                        | 222        |
| 9.4 MARKETINGOVÉ POJETÍ VÝROBKU.....                                                             | 226        |
| 9.5 VÝROBKOVÝ VÝZKUM Z HLEDISKA MARKETINGOVÉ ČINNOSTI.....                                       | 228        |
| 9.6 VÝZKUM TRHU METODOU DOTAZOVÁNÍ .....                                                         | 233        |
| 9.7 KONJUNKTURA, KONJUNKTURNÍ TESTY .....                                                        | 237        |
| 9.7.1 Konjunkturální test .....                                                                  | 239        |
| 9.7.2 Test kupní ochoty.....                                                                     | 240        |
| 9.9 PUBLIC RELATIONS A REKLAMA.....                                                              | 241        |
| 9.9.1 Pojetí Public Relations (dále jen PR).....                                                 | 243        |
| 9.10 PŘÍMÝ MARKETING (DIRECT MARKETING).....                                                     | 249        |
| 9.10 MÉDIA V REKLAMĚ.....                                                                        | 250        |
| <b>10. PROSTŘEDKY ORIENTACE SPOTŘEBITELE.....</b>                                                | <b>254</b> |
| 10.1 OBAL A NAKLÁDÁNÍ S NĚM.....                                                                 | 254        |
| 10.1.1 Nakládání s obalem .....                                                                  | 255        |
| 10.2 ZNAČKA JAKO PROSTŘEDEK SPOTŘEBITELSKÉ ORIENTACE .....                                       | 257        |
| 10.2.1 Další značky spotřebitelské orientace.....                                                | 262        |
| 9.3 OCHRANNÁ ZNÁMKA.....                                                                         | 264        |
| 9.4 PRÁVO K OZNAČENÍ PŮVODU A ZEMĚPISNÉ OZNAČENÍ.....                                            | 266        |
| 9.5 IDENTIFIKACE ZBOŽÍ .....                                                                     | 268        |
| 9.5.1 Další příklady čárových kódů.....                                                          | 274        |
| <b>11. SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST FIREM A ETIKA V PODNIKÁNÍ.....</b>                                | <b>279</b> |
| 11.1 SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST FIREM A ETIKA V PODNIKÁNÍ .....                                     | 279        |
| 11.2 TERMINOLOGIE A VYMEZENÍ POJMU ETIKA V PODNIKÁNÍ.....                                        | 280        |
| 11.2.1 Zásady etiky v podnikání .....                                                            | 281        |
| 11.2.2 Kodexy chování a jednání.....                                                             | 282        |
| 11.2.3 Úloha etiky v podnikání.....                                                              | 283        |
| 11.3 VYMEZENÍ POJMU ODPOVĚDNOSTI.....                                                            | 284        |
| 11.3.1 Hlavní nositelé podnikatelsko-etické odpovědnosti.....                                    | 286        |
| 11.3.2 Chování firmy a instituce vůči svému okolí .....                                          | 287        |
| 11.3.3 Chování firmy a instituce vůči konečnému spotřebiteli .....                               | 288        |
| 11.4 SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST SPECIFICKÝCH ČINNOSTÍ A VE VYBRANÝCH ČINNOSTECH OBCHODNÍ FIRMY..... | 288        |
| 11.4.1 Některá pojetí a přístupy vztahu etiky a podnikání.....                                   | 290        |
| 11.5 PORUŠOVÁNÍ NOREM ETIKY V PODNIKÁNÍ.....                                                     | 293        |
| <b>12. OCHRANA SPOTŘEBITELE.....</b>                                                             | <b>297</b> |
| 12.1 OCHRANA SPOTŘEBITELE V ČR A V EU.....                                                       | 297        |
| 12.2 POLITIKA OCHRANY SPOTŘEBITELE EU .....                                                      | 300        |
| 12.2.1 Evropské spotřebitelské centrum .....                                                     | 304        |
| 12.3 REKLAMACE ZBOŽÍ A SLUŽEB .....                                                              | 305        |
| 12.4 SYSTÉM PRO MIMOSOUDNÍ ŘEŠENÍ SPORŮ V EU .....                                               | 307        |